

Г20

3598 p

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА

ГАРБАР ГАЛИНА АНАТОЛІЇВНА

УДК 172.4:379.8.093:379.8.095

**ФІЛОСОФІЯ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ ПРОСТОРИ  
ТУРИЗМУ (СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ)**

09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії

Автореферат  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора філософських наук



Київ – 2013

9154

НБ НПУ ім. М.П. Драгоманова

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України.

**Науковий консультант** – доктор філософських наук, професор **Вашкевич Віктор Миколайович**, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, професор кафедри соціальних та публічних комунікацій.

**Офіційні опоненти:** доктор філософських наук, професор **Воронкова Валентина Григорівна**, Запорізька державна інженерна академія, завідувач кафедри менеджменту організацій;

доктор філософських наук, старший науковий співробітник **Самчук Зореслав Федорович**, Інститут вищої освіти НАПН України, завідувач відділу соціальних проблем вищої освіти та виховання студентської молоді;

доктор філософських наук, доцент **Кострюков Сергій Володимирович**, ДВНЗ «Національний гірничий університет», професор кафедри цивільного та господарського права.

Захист відбудеться 01 березня 2013 року о 12.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.16 Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий 29 січня 2013 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради



Н.В. Крохмаль

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність дослідження.** Необхідність дослідження феномену туризму і засадничої складової його концептуалізації – філософії гостинності – зумовлена потребами осмислення та вдосконалення практики туристичної справи, понад усе в Україні – одній з найбільш привабливих для цього виду діяльності країни Європи й світу. Туризм як невід’ємна складова культури має особливий стрижень – гостинність, філософія якої ґрунтується на особливому ставленні людини до людини на підставі гуманізму, людськості, а отже, на певних культурних засадах.

Філософія туризму – це таке світорозуміння культурного обміну, в якому гостинність розгортається як піклування про іншого, його комфорт, позитивне самовідчуття, спокій і свободу в осягненні всього того, що пропонує йому інша культура. В туризмі й через туризм індивід постає «*homo voyage*», тобто «людиною подорожуючою». А це означає, що вона «відривається» від звичного домашнього комфорту, побуту, стилю життя, свідомо обмежує кількість речей, якими користується, інакше, ніж удома, харчується тощо. Як не є, але під час подорожі вона відчуває свосвідний дискомфорт, який гостинність має компенсувати і замінити відчуттям нового комфорту. Згідно з філософією гостинності, «інший» має створити для «подорожуючого» такі умови, за яких він не почувався би «чужим», «стороннім», «відторгнутим». Жити, пізнавати, насолоджуватися побаченням і почуттям у комфортних, захищених умовах – такою має бути філософія гостинності, з огляду хоча б на її ідеальне розуміння, вироблене цивілізаційним поступом людства. Створення й відтворення гостинності у ставленні до кожного подорожуючого зміцнює довіру між народами, сприяє формуванню гуманістичних відносин між ними, утверджує принцип людиноцентризму в системі глобального світового розвитку. Вивчення та вдосконалення форм і технологій гостинності належить до першочергових завдань сучасної гуманітарної політики не тільки України, але й інших розвинених держав світу.

Сенс філософії гостинності має ще одне не менш важливе змістовне навантаження. Справа в тому, що туризм виконує важливу економічну функцію. Він є потужним джерелом, яке матеріально і духовно стимулює розвиток виробництва, дає прибуток, сприяє утвердженню інноваційного характеру суспільного поступу. Адже чим більш ґрунтовно розроблена й розгорнута в ньому ідеологія гостинності, тим більша кількість подорожуючих людей втягнеться в його сферу, відвідає країну, вкладе необхідні кошти, збагатить новими ідеями тощо. Вивчення гостинності під цим оглядом також украй необхідне і має велике суспільне значення.

Не можна не звернути увагу й на виховну функцію туризму, формування його засобами взаємної поваги людини до людини, збагачення власної культури нормами життя, які позитивно зарекомендували себе в структурі іншої культури. Роль гостинності тут важко переоцінити. І це зрозуміло. Подорожній відкривається тільки тоді, коли відчуває повагу й гостинність щодо себе.

побачить відкритті обличчя, щирі посмішки, зацікавленість. У ситуації своєрідного «відчуження», закритості або застереження обмін духовними цінностями буде наштовхуватись на стіну недовіри й остраху, які завжди супроводжують людину в контексті входження в іншу культуру. Гостинність має якщо не примирити, то в усякому разі нівелювати ці суперечності, створити атмосферу відкритості, довіри, демократизму, свободи спілкування та взаємної поваги. Гостинність у цьому розумінні постає своєрідним камертоном туризму, який «налагоджує оркестр» – контактуючі людські спільноти – на «мелодію» взаємної довіри між ними, підтримки й захисту від негараздів, які за різними обставинами практично завжди супроводжують подорожнього. Пізнання й розуміння цього аспекту гостинності, формування технологій її здійснення – завдання якісної соціальної політики, обґрунтованої філософії і всебічно розвинутої культури.

**Ступінь наукового опрацювання проблеми.** У широкому розумінні, вивченню туризму як особливої сфери людської діяльності, а водночас і гостинності як його сутнісної складової, присвячено досить багато соціально-філософських, культурологічних, історичних та соціологічних розвідок не тільки в світовій, але й у вітчизняній літературі. Зокрема, природу і сутність туризму (а в його структурі – явище гостинності) розглядали такі відомі дослідники, як Д. Белл, Дж. Джаффарі, Дж. Мід, Т. Парсонс, К. Річі, Дж. Уоркер, Е. Фромм, М. Вебер, М. Гайдегер та ін.

Серед дослідників країн СНД слід звернути увагу, насамперед на праці А. Абукова, М. Ананьєва, Є. Бабосова, Н. Барчукової, К. Борисова, М. Биржакова, Є. Гурко, Л. Воронкової, Г. Долматова, С. Жукова, А. Кравченка, О. Крючкова, М. Немодяєвої, Л. Ходоркова, Г. Шаповалова та інших вчених. У їх роботах проаналізована історія розвитку туризму, його соціокультурна динаміка, об'єктивні та суб'єктивні передумови активізації туризму наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття, його матеріально-технічна база (інфраструктура), роль туризму у формуванні міжнародних відносин та загальнолюдських цінностей тощо.

Найбільш вагомий внесок у розгляд туризму як специфічної сфери й виду людської діяльності зроблено в творах російського дослідника В. Квартальнова. Вчений не тільки розкрив природу і роль туризму як соціального феномену, але й виявив його філософську сутність, позначив політику держави в цій сфері, виокремив гостинність як лінію, яка має пронизувати туристичну сферу у всіх напрямках і площинах її реалізації. Водночас серед українських дослідників сфери туризму й філософії гостинності – праці С. Грибанова, В. Горбик, С. Горського, Т. Дворової, О. Дорошко, А. Ємченко, В. Євдокименко, А. Зайцева, В. Зінченко, А. Козицького, Н. Крачило, О. Лугової, М. Лукашевича, Я. Луцького, Г. Науменко, В. Пазенка, С. Піскової, М. Поплавського, С. Поповича, Т. Сокола, П. Тронько, В. Федорченко, Ф. Шандора, М. Шульги.

Серед українських видань слід звернути увагу на монографію «Філософія і культурологія туризму» (2005), підготовлену і видану за редакцією члена-

кореспондента НАН України, професора В. Пазенка, якого, власне, можна вважати засновником цього напрямку в українській туризмології.

Але, не зважаючи на досить помітний обсяг наукових публікацій, філософія гостинності не має ще такої необхідної повноти і глибини висвітлення, яка б дозволила сформулювати практичні рекомендації. Необхідно, насамперед ґрунтовно з'ясувати теоретико-методологічні засади дослідження туристичної діяльності, місце й роль у ній філософії гостинності. Актуальним для вивчення є такі аспекти, як поняття «гостинності» та її основні екзистенції; особливості української гостинності; розуміння гостинності як ментальної риси української людини; межі української гостинності; сучасна державна політика України у сфері гостинності й туризму; лібералізація та демократизація сучасного міжнародного туризму в Україні тощо.

Враховуючи їх актуальність і не достатню розробленість, ми обрали цю тематику у якості особливого предмету наукового дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Загальний напрям дисертаційної роботи пов'язаний із темою дослідження кафедри соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова «Принципи організації та тенденції розвитку вищої освіти у XXI ст.» (рішення Вченої ради Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова від 22 грудня 2006 р., протокол № 5). Тема дисертації затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол № 7 від 18 лютого 2010 року).

**Мета дослідження** полягає у теоретичній концептуалізації моделі туристичної діяльності, ґрунтованій на філософії гостинності, а також визначенні шляхів практичного впровадження цієї моделі у просторі туризму України.

Досягнення цієї мети потребує вирішення таких конкретних дослідницьких завдань:

- визначити теоретико-методологічні засади дослідження філософської парадигми гостинності як концептуальної основи розвитку туризму в Україні;
- дати визначення поняття гостинності як соціокультурного інституту;
- визначити складові сфери гостинності;
- виявити підстави етнокультурної визначеності гостинності;
- запропонувати таку модель простору туризму, яка конституюється гостинністю;
- уточнити соціально-практичний зміст поняття гостинності;
- уточнити соціально-філософську характеристику властивих туризму екзистенціальних ситуацій;
- уточнити особливості української гостинності;
- уточнити теоретико-методологічний каркас філософії туризму, а відповідно, й загальної теорії туризму;
- розвинути дослідження вітчизняних традицій гостинності;

- здійснити дальшу філософську рефлексію засад державної політики у сфері гостинності та туризму;
- запропонувати новий концептуальний підхід щодо формування змісту туристичної освіти, стандартів кадрового забезпечення сфери туризму та підготовки фахівців для сфери туризму;
- дати визначення та обґрунтування напрямів розвитку сільського зеленого туризму в Україні як прикладу перспективного напрямку практичного втілення філософії гостинності.

**Об'єктом дослідження** є соціокультурний простір туризму України.

**Предметом дослідження** є гостинність як конститутивна властивість діяльності щодо практичної розбудови соціокультурного простору туризму України.

**Методологія дослідження.** Дисертаційне дослідження здійснювалося за допомогою основ наукового аналізу з використанням принципів об'єктивності, системності, історичного, порівняльного аналізу, причинності, аксіологічного, логіко-семантичного, діяльнісного та прогностичного підходів.

Принцип об'єктивності дозволив неупереджено проаналізувати наукові розробки дослідників проблем туристичної діяльності, сприяв використанню різних статистичних даних, матеріалів міжнародних і вітчизняних наукових конференцій, результатів соціологічних досліджень. Історичний підхід та порівняльний аналіз дозволив з'ясувати еволюцію та сучасний стан філософської парадигми гостинності сучасного туризму, розкрити зміст ринку гостинності й туристичних послуг. Застосування логіко-семантичного підходу дало змогу проаналізувати базові елементи понятійно-категоріального апарату туристичної діяльності. Системний та аксіологічний підходи, принцип причинності та прогностичний підхід сприяли комплексному аналізу державної політики України у сфері гостинності й туризму, здобутків і проблем у формуванні соціокультурних якостей людини як суб'єкта туристичної діяльності, характеристиці шляхів та моделей туристичної освіти в Україні. Діяльнісний підхід забезпечив аналіз туризму як сфери духовно-практичної активності індивідів.

**Наукова новизна** дисертаційного дослідження полягає в тому, що вперше в соціально-філософській літературі здійснено комплексний аналіз еволюції сфери гостинності в соціокультурному просторі туризму України як інтегруючої складової культури життєдіяльності особистості, основних напрямів її формування та впровадження в конкретну практику в період глобальних економічних, політичних і соціокультурних трансформацій. Новизна віддзеркалена в наступних наукових положеннях, що виносяться на захист:

*Вперше:*

- визначено філософський зміст феномену туризму в його головних визначеннях – як соціокультурного феномену, розвиненого інституту суспільного виробництва, чинника міжіндивідуальної та кроскультурної комунікації, а також визначено його людський вимір та основні властиві йому

екзистенціальні ситуації (спілкування, зустріч, знайомство, розставання, товаришування, творення дружніх людських контактів тощо) та акцентовано увагу на його конститутивну ознаку, яка полягає в гостинності – привітному, щедрому, відкритому, безвідплатному у своїй основі ставленні до туриста, що зрештою, забезпечує людський вимір і привабливість туризму;

– визначено поняття гостинності як соціокультурного інституту, де гостинність має діяльну соціокультурну та соціально-психологічну природу і реалізується у просторі, що визначається такими координатами: а) типи туристів; б) мотивація суб'єкта туристичної діяльності; в) функції туристичної галузі;

– обґрунтовано, що гостинність за природою і генезою є передусім характеристикою приймаючої сторони, але залежить і від поведінки гостя, оскільки його мотивація і поведінка апіорі визначають напрям, у якому відбувається спілкування господаря і гостя. Гостинність як науковий термін визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх шанобливого обслуговування, надання низки послуг;

– встановлено, що гостинність як соціокультурний феномен має тривалу історію розвитку, оскільки коріння гостинності виходить з глибини тисячоліть, і у кожного народу вона має свою соціально-психологічну специфіку, оскільки живиться ментальністю етносів і набуває специфічних етнокультурних рис та різноманітних історичних форм;

– запропоновано таку модель простору туризму, яка конститується гостинністю, що спонтанно виникає під час спілкування між гостями і господарями, туристами і туристичними організаціями. Туристичний простір вибудовується і розвивається як розгортання сфери гостинності, у ньому формується індустрія гостинності, що потребує менеджменту гостинності. Координатами такого простору є наступні: а) мотивація гостя і господаря; б) типи туристів; в) специфічна діяльність з обслуговування потреб гостей або туристів.

*Уточнено:*

– гостинність за соціально-практичним змістом є сукупністю процесів надання допомоги з боку господарів гостям або туристам, тобто існує багато аспектів життєзабезпечення людини-подорожнього у соціально-правовому просторі іншої країни, а саме: матеріальні і духовні; об'єктивні і суб'єктивні, об'єктивовані і суб'єктивовані; державні і наддержавні, національні і наднаціональні, індивідуальні і колективні;

– соціально-філософську характеристику екзистенціальних ситуацій, властивих туризму, таких як спілкування, зустріч, знайомство, розставання, товаришування, здатність допомогти людині в період внутрішньоособистісної кризи тощо, як тісно взаємопов'язаних. Екзистенційний характер туризму проявляється у певному протиставленні його цілераціональній діяльності: адже в туризмі люди не просто не сприймають інших засобами для досягнення своєї

мети, це є вільне спілкування між людьми і культурами, коли вони постають як рівноправні суб'єкти, які потребують і заслуговують на розуміння і порозуміння;

- особливості української гостинності, де доведено, що основу гостинної ментальності українців складає міфологізація постаті гостя;

- теоретико-методологічний каркас філософії туризму, а відповідно, й загальної теорії туризму, в якій треба відобразити гостинність як конститутивну для туристичної діяльності; наголошується, що такий каркас мають складати: феноменологічний, герменевтичний, антропологічний, аксіологічний, комунікативний, етики спілкування і співіснування, екзистенційний, морально-психологічний або ментальний, екологічний, культурологічний, соціальний, праксеологічний елементи. Саме на цьому каркасі повинна базуватися програма підготовки вітчизняних управлінських кадрів у спеціалізованих навчальних центрах.

*Подальший розвиток отримали:*

- дослідження глибоких традицій гостинності в українській культурі, що відображала особливості українській ментальності (щирість, привітність, повага до гостя) та мала багато форм прояву (повсякденна, святкова, селянська, громадська, міська, родинна, дворянська, світська і церковно-монастирська);

- філософська рефлексія принципових змін нових організаційних та нормативних засад державної політики у сфері гостинності та туризму, де спостерігається лібералізація та демократизація міжнародного туризму; зокрема, проаналізовано утвердження гостинності як державної справи і політики, де державна політика України в сфері гостинності туризму передбачає модернізацію та реконструкцію матеріально-технічної бази готельного, ресторанного, транспортного, комунікаційного господарства та приведення їх у відповідність до світових стандартів обслуговування;

- принципи формування змісту туристичної освіти як визначальні щодо формування стандартів кадрового забезпечення сфери туризму, які слід переосмислити під кутом філософії гостинності, необхідність застосування яких зумовлено процесами глобалізації, інтернаціоналізації світового господарства, інтеграції європейської спільноти, соціально-економічними та політичними змінами в Україні;

- визначення та обґрунтування напрямів розвитку сільського зеленого туризму в Україні як такого прикладу перспективного напрямку практичного втілення філософії гостинності, що спрямований на охорону природи та культурно-історичної спадщини, подолання характерного для України сезонного характеру туристичного продукту, сприяння працевлаштуванню безробітних в сільській місцевості.

**Теоретичне і практичне значення** Результати дисертаційного дослідження є актуальними як в теоретичному, так і в практичному аспектах. З розвитком прикладної соціальної філософії, виникненням нових поглядів на соціальні процеси, цілком правомірною постає проблема «філософії туризму». Ця теоретична рефлексія з'ясовує суспільну і смислоутворювальну сутність



туризму у понятійний спосіб, представляє його категоріально та концептуально. В контексті проблематики соціальної філософії соціокультурний вимір туризму дозволяє з'ясувати важливі аспекти інноваційних соціальних процесів, які поступово набувають гуманізованої якості. А це, в свою чергу, збагачує світоглядне, культурне, пізнавальне, комунікативне значення туризму як специфічного соціального інституту і феномена загальнолюдейської культури. Проблематика соціокультурного значення туризму – органічна частина теорії туризму («туризмології») як специфічної соціо-економічної і соціо-гуманітарної дисципліни, що носить синтетичний характер і відрізняється розгалуженими міжнауковими зв'язками.

Отримані висновки та запропоновані рекомендації мають поряд з теоретичним практичне значення, оскільки можуть використовуватися: у науково-дослідній роботі – як основа для подальшого вивчення концептуальних засад розвитку туристичної галузі в Україні; у процесі державного регулювання в галузі туризму – в межах реалізації державних програм розвитку туризму; у законотворчому процесі – під час розробки концептуальних і правових засад державного управління в галузі туризму; у діяльності органів місцевого самоврядування – в процесі реалізації програм із соціально-економічного розвитку територій; у навчальному процесі – під час вивчення дисциплін з державного управління, спеціальних фахових дисциплін зі спеціальності «Туризм». Практичний вимір туризму забезпечується завдяки аналізу можливостей туристських практик розв'язувати економічні, господарчі, соціальні проблеми, здійснювати організацію обміну досвідом суспільної культурно-охоронної та екологічної діяльності, виконання функції «народної дипломатії».

Концептуальні ідеї та фактологічний матеріал дисертації можуть бути використані у підготовці спеціальних курсів з соціальної філософії, психології, соціології, політології, культурології, прикладної етики у вищих навчальних закладах, насамперед на факультетах і відділеннях туристського профілю.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення та висновки дисертаційного дослідження доповідались та обговорювались на засіданні кафедри соціальної філософії та філософії освіти Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, а також на ряді міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій та семінарів, а саме: круглому столі «Мультикультуралізм в освіті: проблеми, ризики, перспективи» (м. Київ, 2008); Науково-практичному семінарі «Освіта в полікультурному просторі XXI століття: пошук стратегічних пріоритетів» (м. Київ, 2009); II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасне дошкілля: реалії та перспективи» (м. Київ, 2009); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Університет – позашкільний навчальний заклад – загальноосвітній навчальний заклад» (м. Київ, 2010); III Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасне дошкілля: реалії та перспективи» (м. Київ, 2010); Міжнародній науковій конференції «Наукова еліта як соціально-економічний фактор розвитку держав в умовах глобалізації» (м. Київ, 2010); Міжнародній науково-практичній

конференції «Глобальне суспільство: філософський погляд на суспільні процеси» (м. Ужгород, 2011); VI Міжнародній науковій конференції «Простір гуманітарної комунікації» (м. Київ, 2012); XIII Міжнародній науково-практичній конференції «Освіта і доля нації: Сковородинівська традиція і сучасна філософія освіти» (м. Харків, 2012); Міжнародній науково-практичній конференції «Європейська інтеграція вищої освіти України в контексті Болонського процесу», (м. Київ, 2012).

**Публікації.** Основні положення, ідеї і висновки дисертаційної роботи оприлюднені у 22 публікаціях, з них: 1 – одноосібна монографія, 20 – статей у наукових фахових виданнях з філософських наук, 1 – стаття в інших наукових збірниках.

Кандидатська дисертація на тему: «Розвиток пізнавальної самостійності студентів (на матеріалі курсу «Поліфонія»)» була захищена в 2001 році. Матеріали кандидатської дисертації у тексті докторської не використовуються.

**Структура дисертації.** Відповідно до мети та завдань дослідження робота складається із вступу, п'яти розділів, висновків та списку використаних джерел (371 позиція). Загальний обсяг дисертації – 394 сторінок, із них основна частина дисертації – 361 сторінка.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дисертаційного дослідження, а також визначено наукову новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів, ступінь їхньої апробації.

**Перший розділ – «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСТИННОСТІ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ»** – присвячений аналізу філософської парадигми гостинності як концептуальної основи розвитку туризму в Україні.

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджуються українськими фахівцями, зокрема відомими філософами й культурологами – М. Поповичем, В. Федорченком, Г. Горак, В. Пазенком, Є. Панковою, Т. Пархоменко та іншими. В своїх працях вони розглядають туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні аспекти туризму.

Туризм є багатоплановим соціокультурним феноменом, який пройшов шлях від практики подорожей, мандрівок до статусу впливового соціального інституту, глобального чинника розвитку цивілізації.

Протягом останніх років в українській соціально-філософській літературі почав проявлятися інтерес до досліджень туризму як широкого соціокультурного та інституційного утворення. Зокрема, в працях В. Антоненка, О. Базалука, О. Буді, В. Воронкової, О. Головашенко, В. Горського, Г. Горак, В. Заблоцького, І. Зязюна, А. Єрмоленка, В. Кізіми, М. Кисельова, В. Кушерця, О. Левицької, В. Ляха, Я. Любивога, В. Малахова, М. Михальченка,

І. Надольного, О. Онищенко, В. Пазенка, М. Поповича, П. Табачковського, В. Федорченка, Н. Фоменко, М. Цюрупи, П. Яроцького містяться методологічно значущі положення щодо комплексної характеристики туризму як соціального інституту, так і окремих його аспектів.

При дослідженні туризму як чинника суспільного життя головну увагу було зосереджено на гостинності як соціально сформовану властивість специфічної діяльності з обслуговування особистості, що і є стрижнем галузі туризму. Іншими словами, предметом дослідження є одна з кількох атрибутивних характеристик об'єктивованого людиною чинника, що утворює оригінальну систему – сферу туризму.

Гостинність як фундаментальна характеристика людського буття на різних етапах культурно-історичного розвитку людства набувала специфічних етнокультурних рис та різноманітних історичних форм. У процесі таких перетворень формувалась і традиційна українська гостинність. Вона пройшла великий еволюційний шлях і зазнала суттєвих якісних змін, перетворившись у сучасному суспільстві на одну з найважливіших складових соціокультурного сервісу.

У зв'язку із входженням України в європейський культурний простір, розширенням географії подорожей актуалізувалось дослідження гостинності в контексті взаємодії українських національних традицій з інноваціями, характерними для сучасного культурного розвитку. Предметом наукового вивчення стають закономірності і тенденції формування гостинності як в Україні, так і за кордоном, а також її роль і місце в системі суспільних відносин та специфіка функціонування як складової сервісної економіки.

Отже, необхідно уточнити тлумачення сенсу «гостинність», оскільки у більшості словників цього терміну немає, проте його використовують у своїх працях деякі закордонні автори, зокрема Р. Браймер, Д. Боуен, Ф. Котлер, Д. Мейкенз, Д. Уокер та інші. Аналіз наявних довідкових джерел дозволяє визначити цю дефініцію наступним чином: «гостинність» (від фр. – hospice) – притулок для подорожніх, благодійний дім. Інколи термін «гостинність» вживають у побутовому значенні як «особливий вид привітності, хлібосољства господаря під час прийому гостей». У звичаях різних народів гостинність забезпечувала заступництво людям, які мандрують, і виступала формою захисту гостя і його майна.

Оригінальне бачення гостинності притаманне практикам туристичної діяльності, які розглядають туризм як комплекс споріднених сфер бізнесу, що обслуговують мандрівників тим чи іншим чином. Очевидно, що найбільш близькою до туризму є робота туристичних агентств із залученням авіакомпаній, залізниць, готелів, ресторанів та ін. Ця група і складає інфраструктуру туризму або туристичну індустрію.

Інститут гостинності один із найдавніших в історії людської цивілізації. Гостинність (від гр. «проксенія») набула широкого розвитку ще в стародавній Елладі. У 78 античних державах-полісах право та обов'язок піклуватися про іноземців одержували лише знатні громадяни – проксени. З часом гостинність

перетворилася на справжню індустрію, в якій задіяні мільйони працівників, що забезпечують готельний та ресторанный бізнес, побут, відпочинок та розваги туристів, задовольняють їх різнопланові потреби та інтереси.

Це явище слід вивчити якомога швидше, оскільки участь у Загальноєвропейському Домі потребує уточнення багатьох основоположних термінів, зокрема таких, як демократія, влада, соціальне благополуччя, добробут, соціальні гарантії та ін. Оскільки термін «гостинність» офіційно було введено у наукову сферу, як відомо, 1982 року на конференції національних асоціацій готелів і ресторанів Європейської Економічної Співдружності (СЕС), то це поняття також треба наповнювати конкретним смислом і порівнювати його тлумачення у різних етнонаціональних громадах і соціально-політичних системах.

Для нас, українців, інтерес до вивчення гостинності як атрибутивної властивості туристичної сфери є не тільки природним і економічно обґрунтованим, а водночас і політично виправданим, оскільки Україна ефективно підготувалась і гідно провела всесвітньо відомі футбольні змагання «Євро-2012».

У ході культурно-історичного процесу світової спільноти термін «гостинність» матеріалізувався у такому явищі, як госпіталь. Саме слово «госпіталь» (походить від латинських *hospes* – гостинний, *hospitalis* – гостинність) щонайменше до IX століття найчастіше вживали стосовно бідняків і мандрівників: «*hospitale pauperum et peregrinorum*» у значенні місця, де їм виявляли гостинність. Звичай гостинності були добре відомими «варварським» народам Європи, але з розповсюдженням християнства це поняття набувало ще одного важливого значення – гостинність і допомога відносно до тих, які цього потребують, добродійність.

Емпіричною основою концептуальних узагальнень у площині формування методологічного інструментарію дослідження феномену гостинності у сфері туризму є широкий масив результатів наукових досліджень, залучених з інших галузей знань: історії, політології, культурології, соціальної психології та правознавства.

Сутність теоретичного аналізу явища гостинності полягає у визначеності його головної соціально-психологічної риси – створенні умов ефективної життєдіяльності гостей під час його перебування на чужій території або у чужому соціально-правовому просторі. Гостинність притаманна здебільшого туристичній діяльності, оскільки охоплює її провідні функції, а саме: соціально-демографічну, економічну, екологічну, культурологічну, гуманістичну, людинотворчу. Саме це об'єднує носіїв різноманітних форм гостинності і залежить як від гостя, так і від господаря, особливо у психологічному вимірі.

Грунтовно досліджувати це соціально-психологічне явище повинна теорія туризму (туризмологія, туризмознавство, туризмометрія, туризмографія), що має у системно-структурному вигляді відобразити феномен туризму, всі його складові, зокрема і гостинність як головну рису туристичної діяльності.

Носіями гостинності є категорії населення країни, яка приймає гостей. Тут можливі десятки класифікацій за статусом господарів, за їх віком, етнічною і національною приналежністю, статусом у суспільстві, станом матеріального забезпечення, глибиною родинних зв'язків та ін. Звичайно, що перевагу мають випускники спеціальних шкіл гостинності, оскільки гостинності необхідно навчати, особливо управлінський персонал.

У ході філософського аналізу ми формалізували алгоритм дослідження явища гостинності і подали етапи пізнавальної діяльності, що віддзеркалюють специфічні елементи, які ми з'ясували, а саме: встановили природу явища, визначили ідеологію дослідження, сформували методологічну призму пізнавального процесу залежно від складності предмету дослідження, розкрили теоретичну складову явища шляхом відтворення сутності, змісту і форм гостинності, перевірили модель на практиці, тобто дослідили гостинність українського народу.

**Другий розділ – «ТУРИЗМ ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ»** – присвячено дослідженню суспільно значущих, продуктивних функцій туризму, які забезпечують поєднання теоретичної діяльності науковців-туризмологів та практичної роботи діячів туристичної галузі.

Місце туризму в сучасному соціальному світі найбільш лаконічно можна виразити, сказавши, що він є феноменом культури. Наслідуючи М. Поповича, доречно підкреслити, що туризм як явище навіть і не виникає в некультурному суспільстві. По-перше, некультурність суспільства завжди проявляється у відстані, відриві між життєвим досвідом і горизонтами очікувань. По-друге, як ми можемо судити сьогодні, передумовою виходу за межі власного життєвого простору виступає демократія, а в політично та інформаційно некультурному суспільстві демократія безсила, або ж відсутня у явних формах.

Туризм як феномен культури розкривається в просторі і на перетині таких питань, як пошук смислу життя і пізнання його багатоманітності, пізнання загальноцивілізаційної культурної спадщини, організація відпочинку населення, підвищення культурного рівня і національної самосвідомості, етнічна й релігійна самоідентифікації громадян, соціальне пізнання, способи комунікації і взаєморозуміння, виховання молоді.

Розвиваючи і доповнюючи погляди науковців, можна виокремити такі групи причин, що сприяли виникненню та поширенню туризму як соціокультурного явища: соціально-економічні (розвиток суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розвиток торгівлі, поділ праці); географічні (наявність нових природних ресурсів тощо); демографічні (зростання народонаселення, збільшення частки вільного часу та фінансових можливостей для здійснення подорожей); історико-політичні (освоєння або завоювання нових територій, перерозподіл сфер впливу); психологічні, або – за визначенням інших авторів – мотиваційні (людська цікавість, потреба в соціальному успіху та самореалізації, потреба в нових враженнях і дозвіллі та ін.); екологічні (завдання охорони навколишнього середовища); соціокультурні

(релігія, культурна спадщина, культурний ландшафт, процес розвитку культурного виробництва, мистецтва, науки тощо).

Остання група причин характеризує туризм як феномен культури (у її вузькому значенні), а весь спектр – як феномен культури в широкому її розумінні. Адже, як відомо, поняття культури має чисельність смислових відтінків, серед яких виокремлюють тлумачення її як суто духовної галузі і як всієї сукупності процесів і продуктів матеріального і духовного виробництва людей.

Окремим фактором, що став і причиною виникнення туризму і особливо впливає на його сучасний поступ, є інтернаціоналізація духовного життя, прагнення народів до взаємного спілкування, економічної і культурної співпраці. Таким чином, туризм став закономірним результатом прояву загальної актуальної тенденції до зміцнення взаємних контактів і взаємодій у світі.

Поширеною є точка зору, що серед об'єктивних чинників соціально-економічний фактор є пріоритетним у детермінації розвитку й поширення туризму. Він включає в себе такі показники, як рівень розвитку продуктивних сил, національний доход, життєвий рівень населення, наявність вільного часу, транспортну забезпеченість, розвиток сервісу тощо. Ми не можемо повністю прийняти такий погляд через його односторонність – адже весь комплекс факторів так чи інакше впливають на розвиток туризму, й інколи економічний фактор може бути далеко не визначальним.

По інший бік від об'єктивних причин стоять суб'єктивно-мотиваційні фактори детермінації туристської активності людини, серед яких найвпливовішими є: вік; освіта; соціальна належність; менталітет; конфесія; доход; сімейний стан; робота (її вид, характер, напруженість); відпустка (наявність, тривалість, дотації до неї); стан здоров'я; чисельність туристської групи; географічний напрямок; сезонність; активність.

Ясно, що ці фактори впливають як на вибір самої можливості туристичної подорожі, так і на її основні характеристики: напрямок, тривалість, спосіб здійснення, ступінь комфортабельності і відповідно її фінансова вартість та ін.

Проте завжди лишаються суб'єктивні перешкоди, які можуть заважати туристській активності людини, наприклад: вартість туристичного продукту; дефіцит часу; обмеження щодо стану здоров'я; життєвий цикл родини (наявність малолітніх дітей, відсутність попутчика та ін.); дефіцит інтересу; страх і безпека.

В. Лях виокремлює більш глобальну причину розвитку і поширення туризму – екзистенційну, якою він вважає вирішення дилеми між потребою людини в адаптації до оточення і потягом до змін, експериментування, випробування власних можливостей. Очевидно, що в туризмі проявляється саме потяг людини до змін, до виходу за власні межі. Саме тому він і виступає феноменом культури, яка за посередництвом культурного виробництва теж являє собою спосіб подолання обмеженості людського буття.

Людський вимір туризму обумовлений тим, що він є складовою культури, адже культура – це друга природа, це все створене людиною. Туризму немає в першій природі, та і в другій він виникає не одразу, а з певним розвитком людської цивілізації.

Але якщо подивитись глибше, то стає очевидним, що в розкритті людського виміру туризму якраз і полягає специфіка філософського погляду на нього.

Філософія туризму – це, насамперед, філософське розуміння людини, яка перебуває в «обіймах» чи «полоні» туристських подій. Туризм постає ефективним і добровільним способом реалізації таких людських цінностей, як свобода, вибір, гідність, зацікавленість, дружелюбність, самоідентифікація, самореалізація та ін.

З іншого боку, туризм не лише походить від потреб особистості – він справляє розвиваючий і збагачуючий вплив на саму особистість, в чому також проявляється його людиноцентричне значення.

Туризм виступає формою міжнародних контактів та взаємодій. Якщо міжнародний туризм націлений на те, що люди виїжджають за межі країни і бачать інший світ, то внутрішній туризм націлений на відкриття самобутнього характеру тієї країни, в якій теж існує невичерпний потенціал культуротворчості.

Туризм як діяльність, що існує в міжнародному просторі, в тій чи іншій мірі, спонукає до культурної актуалізації того чи іншого регіону, а також до того, що зветься зв'язком культур та їх діалогом. У даному контексті слід говорити про розмаїття культур. В Україні існує багато етносів та субетносів, які є культурними епіцентрами або культурними зонами, що несуть свою ментальність, традиції, зберігають свій мелос і в певній мірі спонукають до того, що культура країни стає носієм величезного культурного потенціалу.

Туризм в умовах розмаїття культури – це орієнтація на локальні епіцентри внутрішнього туризму на маргіналії, на їх повне відтворення або регенерацію, звернення до проблем етнокультурології.

Рекреація, яка несе в собі культурне, природне середовище, має як суб'єктивний, ментальний, так і природний вимір, також несе в собі характеристику культури, що пов'язана з традиціями, звичаями, досвідом побутування як певної реальності предметно-зорового, видовищного характеру, яку туристи сприймають як найголовнішу ознаку культури. Це пам'ятки архітектури, скульптури, живопису та ін. Можна типологізувати комунікативні відносини міжкультурних контактів на підставі мотивації цих означуваних, мотивів поведінки, завдань, які ставлять туристи перед собою, але найважливішим є намагання збільшити свій досвід іншим культурним досвідом.

Важливо, що парадигма складності і безмежного розмаїття культур є сучасним виміром культури і відповідає реаліям сьогодення, в якому існують туристичні практики.

Також у розділі туристична діяльність аналізується в умовах розмаїття культур, яка актуалізується процесами глобалізації й існує як феномен культурного туризму.

Проаналізувавши феномен туризму в його головних визначеннях – як феномен культури, розвинений інститут суспільного виробництва, чинник міжіндивідуальної та кроскультурної комунікації, а також визначивши його людський вимір та основні екзистенції (спілкування, зустріч, знайомство, розставання, товаришування, творенні дружніх людських контактів тощо) – звернемо увагу на його сутнісну ознаку, яка полягає в гостинності – привітному, щедрому, відкритому, безвідплатному ставленні до туриста, що зрештою, забезпечує той таки самий людський вимір і привабливість.

Що ж таке гостинність і в чому полягає її філософсько-екзистенціальна сутність? Як реалізується гостинність в культурах народів світу? В чому специфіка української гостинності? Зупинимось на цьому більш детально в **третьому розділі – «ІНДУСТРИЯ ГОСТИННОСТІ ТА ЇЇ МІСЦЕ І РОЛЬ В СТРУКТУРУВАННІ ПРОСТОРУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ».**

Гостинність є складним соціальним і моральним феноменом, який має багато аспектів та інтерпретацій. Власне термін гостинність бере свій початок від старофранцузького слова hospice (хоспіс), що означає притулок для мандрівників, «странноприймний будинок». У побутовому сенсі гостинність є властивістю характеру людини, що відрізняється привітністю та хлібосоольством, а також традиції зустрічі гостей в різних культурах.

Явище гостинності може бути проаналізованим у різних площинах. У найбільш загальному та цілісному філософсько-екзистенціальному сенсі гостинність є формою відношення до Іншого, Чужого, що передбачає доброзичливе та поважливе ставлення до нього. В цьому сенсі вона протилежна іншій фундаментальній формі відношення до Чужого – ворожнечі, якій властиві конфлікт, агресія, підкорення, знищення. Гостинність є засобом перетворення невідомого чужинця на знайому людину, яка, після надання гостинного прийому, стає в певному сенсі своєю. Гостинність породжує моральний обов'язок гостя не завдавати шкоди господарю. Тобто її можна розглядати і як захист господаря від потенційної загрози від незнайомого прибульця.

Гостинність являє собою соціокультурний феномен, що виникає виключно у людській спільноті на певному етапі її розвитку. Світ природи не знає гостинності. В той же час вже архаїчні людські спільноти мають звичаї, обряди, ритуали гостинності, прийому гостей, відвідування друзів та родичів. При цьому спостерігається подібність цих звичаїв та ритуалів серед народів світу. У різних народів широко поширені традиції гостинності, яка забезпечувала заступництво мандрівникам і виступала формою захисту їх особи і майна. У культурах всіх народів існують правила прийому гостей, які, не дивлячись на певне національне забарвлення, універсальні: привітність, щедрість, заступництво, дружлюбність тощо.

Подібність форм прояву гостинності та її поширення як складової культури у більшості народів світу дозволяє розглядати гостинність в якості



однієї з культурних універсалій. Феномен гостинності займав за ціннісною шкалою людських відносин одне з пріоритетних місць, розглядаючись як одна з найголовніших людських чеснот.

Також ведуть мову про сучасну культуру гостинності, маючи на увазі якість обслуговування туристів та екскурсантів при наданні їм послуг під час подорожі, тобто в транспорті, послуг тимчасового розміщення – у готелях, туристських базах тощо; послуг харчування (у ресторанах, кафе, їдальнях, буфетах), в закладах культури, відпочинку, закладах, які надають розважальні послуги.

Проте, які б трансформації не відбувалися з феноменом гостинності, в усі часи їй властиві певні константи, такі, наприклад, як привітність, щедрість та щирість. У багатьох народів світу норми привітності, щедрості, щирості до гостей являють собою моральний імператив, що підтримується релігією та звичаєвим правом.

Гостинність українців мала багато проявів, традицій, ритуалів. Її основу складає традиційна селянська побутова культура, що характеризувалася тісним взаємозв'язком і взаємопроникненням виробничої і духовної сфер. Традиційна селянська побутова культура, а відтак і гостинність, відзначалась локальною специфікою, обумовленою особливостями історичного розвитку окремих регіонів України, їх природними умовами та етнокультурними контактами. При цьому їй були властиві спільні риси. Традиційність селянської культури і характер її функціонування забезпечили збереження в гостинності цілого пласта архаїчних елементів.

Гостинність становить не тільки обов'язковий компонент способу життя українців, але й частину світосприймання, вірувань і повір'їв, тобто складає важливу ментальну рису української людини. В гостинності відображаються особливості українській ментальності, оскільки гостинність, виступаючи уособленням особистісних форм народного буття і відображення світу, є одним із структурних елементів ментальності народу як сукупності психічних, інтелектуальних, ідеологічних, релігійних, естетичних та інших особливостей мислення певної людської спільності, соціальної групи чи окремого індивіда, що виявляються в культурі, мові та поведінці.

Ментальність українського народу відзначається двома головними джерелами формування. З одного боку її традиційну основу складає так званий землеробський тип національного характеру. Відповідно до цього ключовим поняттям традиційної культури було поняття «земля» та «культ землі», етнічної ментальності – магічне мислення, а національного характеру – обережність, розважливість, ґрунтовність.

На цю могутню традиційну основу нашаровувався не менш помітний пласт – козацький, що формував оригінальний тип ментальності та систему рис національного характеру. Якщо традиційний землеробський тип ґрунтувався на ідеї прив'язаності до рідної оселі, коли його головною цінністю був хліб, а головним началом – жінка, й насамперед – мати, то в основі козацького типу лежала ідея дороги та цінності суто чоловічого характеру.

Гостинність має стати державною політикою завдяки наступним факторам. По-перше, глобалізація сучасного світу є наслідком зміни змісту і характеру праці, що викликає значне підвищення мобільності людини не тільки у статусі робочої сили, оскільки нині виробничі спілкування стає інтенсивним і не прив'язаним до конкретного робочого місця. Техногенний характер праці змінюється на більш гуманітарний, тому людина починає відчувати власну спроможність і потребу більше знати, більше спостерігати, бути присутньою особисто там, де відбуваються події, які визначають сутність епохи. По-друге, туристська діяльність людини та її наслідки задовольняють потреби людини у відтворенні як біосоціальної істоти, яка не може довго перебувати в умовах монотонності і рутинності, а потребує нових емоційно-чуттєвих вражень, збагачення власного і вивчення накопиченого іншими позитивного досвіду облаштування повсякденного життя і набуття сталих форм соціального розвитку. По-третє, туризм є джерелом економічного зростання будь-якої країни, оскільки у цій сфері циркулюють досить великі фінансові потоки, що виникають на основі зростання значення форм дозвілля людини і є її добровільним власним прагненням до використання людинотворчої спрямованості туризму. По-четверте, туризм водночас є найбільшою і найдинамічнішою індустрією світу, розгалуженою соціальною службою, яка надає робочі місця мільйонам людей.

Гостинність виступає як державна справа не тільки тому, що це досить прибуткова для держави діяльність, а також тому що туризм, як галузь економіки, може існувати та розвиватися при наявності як мінімум двох умов: вільного часу та матеріальних джерел для його організації. На обсяг попиту впливають численні макроекономічні соціальні фактори: грошові надходження та витрати населення, структура витрат, споживчі ціни, приріст заощаджень, частка туристсько-екскурсійних витрат у платних послугах. Тому державне завдання підвищення благополуччя населення – запорука розвитку індустрії гостинності та туризму.

Туристська гостинність – це найважливіша ознака туризму як соціокультурного явища. Вона доповнює соціально-психологічний та культурний ефект подорожування, надаючи останньому привабливості, комфортності, змістовності та раціональності в умовах обмеженого часу.

Під поняттям гостинності як соціокультурного інституту розуміється сукупність конституюваних установ та закладів, що здійснюють на професійній основі діяльність з надання послуг людям, які тимчасово залишили місце свого постійного проживання з будь яких причин, за виключенням завойовницьких, у поєднанні з нормами та санкціями, котрі визначають стандарти цієї діяльності, а також правилами поведінки, сформованими в процесі її здійснення, у відповідності з поширеними в суспільстві культурними цінностями. Виходячи з даного визначення нами запропонована структура соціокультурного інституту гостинності: сфера гостинності (сукупність установ і закладів, що здійснюють діяльність з надання послуг гостинності); культура обслуговування в сфері гостинності (норми, правила та санкції щодо їх порушення, які регулюють

діяльність в сфері гостинності, забезпечуючи визначений стандарт надання послуг і організаційно-управлінську дисципліну, впорядковують взаємовідносини з приводу надання-отримання послуг гостинності і визначають рольову поведінку); культура гостинності (характеристика конкретно-історичного стану гостинності в просторово-часовому вимірі з точки зору відбитку у ньому загальнокультурних цінностей).

**У четвертому розділі – «ЕВОЛЮЦІЯ ФІЛОСОФСЬКОЇ ПАРАДИГМИ ГОСТИННОСТІ В КОНТЕКСТІ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ»** – аналіз процесу історичного розвитку сфери гостинності та туризму в Україні дозволяє зробити висновок про наявність глибоких традицій гостинності в українській культурі, що відображала особливості українській ментальності (щирість, привітність, повага до гостя) та мала багато форм прояву (повсякденна, святкова, селянська, громадська, міська, родинна, дворянська, світська і церковно-монастирська). З другої половини XIX століття внаслідок процесів індустріалізації та урбанізації відбувається трансформація традиційної української гостинності, починає створюватися індустрія гостинності та організований туристичний рух. Нового якісного рівня розвиток сфери гостинності та туризму в Україні дістав у радянський період. Саме в цей час створюються матеріально-технічна база та організаційна структура масового туризму. Проте суттєві обмеження на генезу гостинності в Україні в період її існування у складі СРСР накладали планова система господарювання, партійний контроль та ідеологізація гостинності та туризму, обмеження міжнародних туристичних обмінів. З набуттям незалежності в Україні на основі сучасної парадигми філософії гостинності створюються нові організаційні та нормативні засади державної політики у сфері гостинності та туризму, спостерігається лібералізація та демократизація міжнародного туризму.

Саме після здобуття незалежності для українського суспільства відкрилися нові можливості щодо включення до світових процесів активізації міжнародної туристичної діяльності. Адже саме в цей період (остання чверть XX століття) світове співтовариство у повній мірі усвідомлює роль та значення туризму як засобу міжнародного співробітництва та народної дипломатії. Пізнавально-подорожувальна сутність людини не має національного статусу. Це субстанційна основа людини як найвищого витвору природної еволюції. Звідси логічно випливає положення про туризм як феномен загальнолюдський, загальноцивілізаційний, загальнокультурний. Інакше кажучи – міжнародний.

Відзначаючи зростання місця і ролі сфери туризму у сучасному світі, виділимо низку причин, що роблять її привабливим предметом дослідження. Зокрема, це викликане глобалізацією значне підвищення мобільності людини. Крім того, туристська діяльність людини та її наслідки детермінують вирішення таких важливих соціальних завдань, зокрема повноцінне відтворення людини як біосоціальної істоти, яка не може довго перебувати в умовах монотонності і рутинності, а потребує нових емоційно-чуттєвих вражень, збагачення власного і вивчення накопиченого іншими позитивного досвіду облаштування

повсякденного життя і набуття сталих форм соціального розвитку. Туризм також є джерелом економічного зростання будь-якої країни, оскільки у цій сфері циркулюють досить великі фінансові потоки, що виникають на основі зростання значення форм дозвілля людини і є її добровільним власним прагненням до використання людинотворчої спрямованості туризму. Водночас туризм є найбільшою і найдинамічнішою індустрією світу, розгалуженою соціальною службою, яка надає робочі місця мільйонам людей.

Термін «гостинність» на сьогоднішній день не має чіткої експлікації. Узагальнюючі основні підходи, можна констатувати:

По-перше, гостинність можна розглядати як соціокультурне явище (феномен) і як соціокультурний інститут. В першому випадку гостинність має локальний характер і закріплюється в певних ритуалізованих діях, сукупність яких ми визначаємо як гостьовий етикет.

Гостинність як соціокультурний інститут (від лат. *institutum* – установа) принципово відрізняється від гостинності як явища низького ознак, притаманних будь-якому соціальному інституту: по-перше, це конституювання закладів і установ, що здійснюють спеціалізовану групу (на відміну від приватної) діяльність на професійній основі (на відміну від аматорської). Сукупність цих установ та закладів виступає як засіб виробництва і реалізації специфічних послуг, до основних з яких відносяться послуги з надання тимчасового притулку і харчування, а також транспортних, рекреаційних тощо.

По-друге. Внаслідок цього відбувається формалізація процесу: виникають організаційні структури, які забезпечують управління (координацію) впорядкуванням процесу, структуризацією відносин, встановлення і дотримання ієрархії різних рівнів;

По-третє. Засобом цього стають норми, правила та санкції щодо їх порушення, які регулюють діяльність в сфері гостинності: забезпечують визначений стандарт надання послуг, організаційно-управлінську дисципліну, впорядковують взаємовідносини з приводу надання-отримання послуг гостинності і регулюють рольову поведінку.

Гостинність постає в усій своїй змістовій неоднозначності. Її елементи принципово імпліцитні, дифузні, тісно взаємопов'язані, але в той самий час суперечливі і часто навіть логічно несумісні (друг – ворог) Цим обумовлена складність виявлення структурних елементів гостинності і наявних між ними взаємозв'язків. Гостинність не підлягає однозначному трактуванню і піддається опису на основі аналізу певних моделей соціальної поведінки. Категорія «гостинність» виявляється з'єднувальною ланкою між соціальними процесами і структурами, з одного боку, та культурою і духовним життям – з іншого; її аналіз може відкрити шлях до цілісного бачення історії означеного періоду.

Безумовно, поняття гостинності і туризму не тотожні. По-перше, з точки зору формальної логіки, по-друге, з точки зору історичного розвитку.

Оскільки туризм це завжди представники інших територій: міст, містечок, регіонів, країн, а часто – і культур, відмінних від тієї, до якої належали

представники, що репрезентують приймаючу сторону, туризм, крім іншого, це сучасна практика міжкультурної взаємодії і міжкультурної комунікації. Але до другої половини XIX–XX століття міжкультурна комунікація здійснювалася в контексті інших історичних практик. Тому соціокультурний інститут гостинності формувався набагато раніше, ніж з'явився туризм.

Разом із тим між «аматорською» або приватною гостинністю і індустрією гостинності, що сьогодні тісно пов'язана із туризмом, є суттєві відмінності як кількісні (масштаб діяльності), так і якісні.

Розвести послуги сфери гостинності на послуги суто туристам і послуги іншим категоріям споживачів інколи буває доволі не просто.

Простіше це зробити щодо закладів тимчасового притулку або розміщення. На сьогодні це заклади готельного господарства: готелі (різної спеціалізації і форм власності), мотелі, флотелі, кемпінги тощо. Як правило, послугами цих закладів користуються прибулі, проте ними можуть користуватися тимчасово і приїжджі, які не підпадають під категорію туристів, наприклад, працюючі, і навіть місцеві мешканці.

Щодо закладів харчування, то хоча переважна більшість готелів має свої ресторани, кафе, (тим більше, що в історії поєднання цих двох функцій також добре відоме), на сьогодні турист може скористатися послугами будь-якого ресторану, кафе чи їдальні, тобто тих закладів, що обслуговують і місцевих мешканців. Тому виникає питання щодо критерію залучення закладів, що надають послуги харчування, до туристичної сфери гостинності.

Третьою складовою сфери гостинності є заклади, що надають послуги, здатні задовольнити пізнавальні, релаксаційні та інші потреби подорожуючих, мандрівників, згодом туристів. Це передбачає вивчення діяльності і закладів, що відповідають за формування і реалізацію розважально-релаксаційних програм: туристсько-екскурсійні бюро, закладів культури, спорту, відпочинку і рекреації, а також інших установ, що здатні надавати супутні послуги з їх власним асортиментом та рівнем якості.

Зокрема, заклади відпочинку та рекреації є дуже важливою складовою сфери гостинності. На сьогодні вони представлені мережею санаторно-курортних закладів, а також будинків і баз відпочинку, пансіонатами тощо. За кордоном існує спеціалізація готелів, відповідна категорія яких визначається як *hotel – resort*.

Нарешті, транспортні послуги (у тому числі і самі засоби та шляхи сполучення) та послуги зв'язку завжди були необхідною передумовою здійснення будь-якої подорожі, а туристичної тим більше. Ця складова також потребує свого дослідження, адже без неї реконструкція історичного етапу в розвитку сфери гостинності не може вважатися повною.

Ще однією проблемою, яка виникає при дослідженні гостинності є проблема сервісу, яку варто позначити як культура обслуговування в сфері гостинності, себто як характеристику надання послуг з точки зору їх якості. Під культурою ж гостинності слід розуміти конкретно-історичний рівень гостинності, що складається з рівня матеріальної бази, яка забезпечує надання

послуг прибулим, у поєднанні з особливостями поведінки приймаючої сторони, яка проявляє себе через ставлення до прибулих, і в якій відбиваються певні культурні норми, поширені в даному суспільстві.

Отже, для того, щоб скласти цілісне уявлення щодо еволюції гостинності навіть на певному відрізку часу, необхідно системно розглянути всі її основні складові, відстеживши трансформацію їх організаційних форм, кількісних і якісних показників, а також порівнявши з аналогічним станом на різних етапах історичного розвитку.

**У п'ятому розділі – «ПІДГОТОВКА КАДРІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ: ФІЛОСОФСЬКА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ»** – розроблено пропозиції щодо вдосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів у туристичній сфері. Обґрунтовано заходи з організації підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено повноваження з державного регулювання розвитку туризму.

Очевидно, що держава покликана відігравати провідну роль у розвитку галузей, визнаних пріоритетними для певної країни. Форми й межі такої участі кожна країна визначає самостійно, виходячи з реальних можливостей, загальних пріоритетів і співвідношення попиту та пропозиції, яке складатиметься на внутрішньому ринку. У такий же спосіб вирішуються питання співробітництва з приватним сектором: у яких галузях його можна визнати найбільш значущим і якої форми воно повинно набути для забезпечення максимальної ефективності.

Роль держави в розвитку туризму можна звести до таких функцій: регламентування туристичної діяльності шляхом розробки законодавства, покликаного забезпечити умови для сумлінної конкуренції на ринку туристичних послуг і захист прав споживача, а також визначення податкових меж функціонування туристичної галузі; координації розвитку туризму, яка включає внутрішню координацію діяльності учасників туристичного процесу в межах галузі й забезпечення гармонійного включення туризму в загальний господарський механізм, що можна розглядати як зовнішню координацію; стимулювання міжнародного обміну шляхом спрощення туристичних формальностей, а також створення сприятливих умов для розвитку внутрішнього туризму; гарантування безпеки туристичної діяльності й туризму в межах національної території; інформаційного забезпечення туристичної діяльності, що передбачає збір і обробку статистичних даних, випуск і поширення рекламно-інформаційних матеріалів, які характеризують стан галузі в національному масштабі, а також проведення наукових досліджень у сфері туризму; просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку; підготовки кадрів.

Привабливий імідж України на міжнародній арені має створювати нова генерація кваліфікованих кадрів індустрії туризму, що примножать традиції української гостинності та забезпечать високий рівень обслуговування вітчизняних та іноземних туристів, який буде відповідати сучасним стандартам якості послуг.

У цих умовах суттєво зростають вимоги до кадрового забезпечення галузей туристичної індустрії, починаючи з підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено повноваження з вирішення питань у сфері державного управління туризмом та курортами, закінчуючи підготовкою менеджерів, екскурсологів, гідів-перекладачів та інших фахівців сфери послуг. Лише високий рівень підготовки спеціалістів може забезпечити належну конкурентоспроможність українського туристичного продукту на вітчизняному та міжнародному ринках туристичних послуг.

Упродовж тривалого часу вищі та середні навчальні заклади України не готували спеціалістів для туристичної галузі. Тому фундаментальна туристична освіта в Україні – відносно нова сфера освіти.

Підготовка фахівців для сфери туризму є, безумовно, важливою складовою вітчизняної системи освіти. Концептуальні ідеї щодо змісту та організації професійної підготовки майбутніх фахівців для сфери туризму базуються на положеннях Конституції України, Законів України «Про освіту», «Про загальну середню освіту», «Про професійно-технічну освіту», «Про вищу освіту», «Про внесення змін до Закону України „Про туризм□», а також Національної доктрини розвитку освіти та Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки, в яких визначено пріоритетну роль освіти в державній політиці, обґрунтовано стратегію та основні напрями розвитку освіти в нашій державі.

Разом із тим, протиріччя, які виникають сьогодні між зростаючими потребами населення у туристських послугах і можливостями їх задоволення туристською індустрією, між змінами в конкурентній ситуації та недостатньою компетентністю кадрів у різних сферах туристської діяльності – управлінській, економічній, екологічній, правовій, фаховій, визначили необхідність удосконалення кадрової підготовки і створення системи базової освіти в туризмі.

Основними завданнями сучасної професійної освіти в галузі туризму можна вважати: забезпечення фундаментальної наукової, професійної і практичної підготовки у сфері туристської діяльності; здобуття студентами знань і вмій освітньо-кваліфікаційних рівнів відповідно до їх покликання, інтересів і здібностей; удосконалення наукової і професійної підготовки кадрів для сфери туризму.

Рівень підготовки фахівців у сфері туризму ще не завжди відповідає потребам ринку. В проекті Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 рр. вказано, що вирішення стратегічних завдань розвитку сфери туризму та курортів України потребує суттєвого вдосконалення існуючої системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємств, установ і закладів сфери туризму та курортів.

Система освіти, внаслідок багатьох причин, не готує фахівців, які здатні вирішувати нові завдання розвитку туристичної індустрії на сучасному технологічному рівні.

Незважаючи на те, що за останні роки зросла кількість державних та приватних навчальних закладів, що займаються підготовкою кадрів для туристичної сфери (в Росії понад 400 вузів, що випускають 25 тис. студентів на рік, в Україні 130 вищих навчальних закладів), потреби туристичного ринку в фахівцях різної кваліфікації, за експертними оцінками, забезпечуються лише на 55%. Дефіцит кваліфікованих гідів-супровідників складає 70%. При цьому випускники туристичних спеціальностей не завжди можуть знайти роботу, яка б їх задовольняла.

Це зумовлено тим, що студенти та навчальні заклади зорієнтовані на вищу освіту як більш престижну, а на туристичному ринку 80% працівників обслуговуючого персоналу виконують обов'язки на рівні середньої ланки. В результаті випускники з дипломами спеціалістів та магістрів, маючи завищену самооцінку, претендують на високу заробітну плату, але не володіють знаннями та навичками, що потрібні керівництву туристичних підприємств. Як свідчить практика, їх робота не відповідає сучасним стандартам якості послуг та правилам етики обслуговування клієнтів.

У розділі розглянуто основні проблеми забезпечення розвитку туризму професійними кадрами, які за останнє десятиріччя перейшли у ранг більш злободених з точки зору підвищення конкурентоспроможності українського і російського туристичних ринків на основі поліпшення обслуговування вітчизняних і іноземних туристів якісними туристичними послугами. Головним напрямом реформування туристичної освіти повинна стати орієнтація на практичні аспекти менеджменту в усіх сферах туристичної індустрії.

Сфера послуг потребує фахівців нової генерації. Тому в туристичному бізнесі цінуються працівники, здатні працювати для задоволення потреб споживачів, які вміють зрозуміти та задовольнити їх запити. Особливого значення набувають, знання декількох іноземних мов, ділової етики, володіння комп'ютерною технікою та технологіями обслуговування згідно з сучасними стандартами якості обслуговування, готовність до поглиблення своїх фахових знань. Треба володіти знаннями з історії, археології, мистецтва, релігієзнавства, архітектури, політології, етнографії, краєзнавства, соціології та соціальної роботи. Фахівці туристичної індустрії повинні вміти вести бізнес, знати конфліктологію, психологію, етику обслуговування клієнтів. Це стосується також підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено повноваження з виконання питань у сфері туризму.

У сучасних умовах увагу доцільно акцентувати на якості підготовки фахівців туристичної галузі, а також на можливостях системи освіти задовольняти потреби конкретного регіону у зв'язку з особливостями його розвитку.

Туристичний бізнес потребує від фахівців ґрунтовних знань та практичних навичок роботи на туристичних підприємствах, у готельному господарстві, мережах транспортних закладів, організаціях сфер розваг, страхування, торгівлі, громадського харчування та обслуговування. Фахівцям потрібно постійно



досягати гармонії між глибокими теоретичними знаннями та досконалою практичною підготовкою.

Формування вітчизняної національної системи туристської освіти потребує врахування історико-педагогічних аспектів зародження, становлення і розвитку національних освітніх туристських систем у країнах-членах ВТО, розуміння перспективних напрямів модернізації освітньої діяльності у галузі туризму відповідно до європейських і світових тенденцій полікультурності, діалогу культур, толерантності, плюралізму у світовому просторі.

У «Висновках» підсумовано результати дослідження, серед яких найбільш істотні, такі:

1. Здійснено комплексний аналіз туризму як соціального інституту, впливового чинника суспільного життя. Визначено, що подібно іншим соціальним інститутам, туризм має свою специфічну структуру. Виконуючи цілу низку різноманітних функцій, туризм істотно доповнює діяльність інших соціальних інститутів, збагачує їх. Він сприяє реалізації принципів відкритості, партнерства і кроскультурної взаємодії. Відбувається розширення взаємодії соціальних суб'єктів, в тому числі і цілих соціумів у існуючому глобальному просторі. Як соціальний інститут, туризм здатний ефективно сприяти розв'язанню актуальних соціальних, моральних і культурних проблем в нестабільній соціальній ситуації, виробляти нові програми і стратегії забезпечення якісно нового рівня суспільного розвитку. Створюючи нові робочі місця, сприяти розв'язанню такої гострої соціальної проблеми як зайнятість працездатних. Здійснюючи процеси соціалізації та ресоціалізації значних верств населення, туризм виступає одним із впливових чинників олюднення всієї сукупності суспільних і міжособистісних зв'язків. Туризм виконує важливу роль гуманістично орієнтованої кроскультурної комунікації, яка є регулятором взаємодії людей різних соціальних устроїв і відмінних культурних систем. Тим самим робить внесок у становлення комунікативної моралі як етичного пріоритету цивілізації XXI-го століття. Разом з тим, туризм впливає на всі суб'єкти туристичного процесу, формуючи в них підприємницьку, комунікативну, екологічну, етичну та екзистенціальну культуру.

2. Обґрунтовано, що гостинність як науковий термін визначає систему заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристичних підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг.

Гостинність як соціальне і культурологічне явище має надзвичайно велику історію буття, оскільки коріння гостинності губиться у глибині тисячоліть, і у кожного народу вона має свою психологічну специфіку, оскільки живиться ментальністю етносів.

Специфіка української гостинності визначається особливостями культурно-історичного розвитку, значною мірою зумовленими географічним розташуванням українського етносу та характером його взаємодії з населенням суміжних територій, яке прагнуло розширити ареал свого проживання. Український етнос, сформований на перехресті західної і східної цивілізацій,

створив специфічну культуру, яка цілком не підпадає під жодну з двох моделей – ні західну, ні східну. Таке пограничне положення мало подвійні функції: захисну та регенеративно-стимулюючу, сприяючи виокремленню в українській гостинності локальних модусів. Згідно з таким підходом гостинність постає як результат процесів акультурації впродовж тривалого історичного періоду, що дає підстави розглядати її в історико-культурному аспекті як складову традиційної побутової культури у співвіднесенні з національним характером, моральними, естетичними цінностями, способом життя, типом поведінки.

3. Інститут гостинності має давні традиції у світовій культурі. В Європі формування цього інституту розпочалося з часів Давньої Греції, де він постає у вигляді так званої проксенії, або інституту договорів про взаємну гостинність. Подорожуючим надавалися основні послуги: у притулку і харчуванні, що дедалі частіше доповнювалися транспортними послугами, а згодом – розваг та відпочинку. Складалася сфера публічної гостинності, що разом із уявленнями про культурні норми у цій сфері перетворювалася вже на соціокультурний інститут. В цей же час формувалась філософія гостинності – та духовна основа, яка визначала її порядок, норми, провідні цінності тощо. У кожную добу в певних суспільствах ця філософія і сфера набувала конкретно-історичних форм. Разом із тим формується інваріантне ядро інституту гостинності, що, починаючи з кінця XIX – на початку XX ст. тісно поєднується з туризмом.

4. Індустрія гостинності, як і вся економіка України, перебуває сьогодні в стані глибокої кризи і її можна вважати одним з соціально-економічних індикаторів депресивного стану як економіки, так і суспільства в цілому. Якісний стан матеріально-технічної бази засобів розміщення туристів, за винятком висококласних готелів, можна охарактеризувати як незадовільний за різноманітністю приміщень, технічним станом номерів, технологічним та інженерним устаткуванням, інженерними комунікаціями, якістю обслуговування тощо. За усіма цими параметрами вітчизняні готелі не відповідають міжнародним вимогам. Знижується показник завантаження готелів, що призводить до зменшення прибутків підприємств та скорочення чисельності персоналу, тобто робочих місць. Відсутність у керівників готельних підприємств достовірної інформації щодо задоволеності клієнтів якістю послуг та обслуговування в їх підприємствах також не сприяє вирішенню проблем цих підприємств.

Для практичного вирішення даних проблем сформульовано визначення конкурентоспроможності туристського підприємства як узагальнюючої характеристики стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливість адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища. Основними рисами даної категорії є порівняльність, пов'язаність з певним видовим чи регіональним ринком, динамічність і комплексність оцінки.

Державна політика України в сфері гостинності туризму передбачає модернізацію та реконструкцію матеріально-технічної бази готельного, ресторанного, транспортного, комунікаційного господарства та приведення їх у відповідність до світових стандартів обслуговування.

5. Важливу роль у соціально-філософському аналізі соціоетичної місії туризму відіграють такі домінуючі аксеологічні екзистенціали як «благо» (добро), «свобода», «спілкування», «відповідальність». Вони є визначальними етичними екзистенціалами туристської поведінки.

В основу дослідження ціннісних орієнтацій в туристичній діяльності покладено принципи морально-ціннісного ставлення до культури (збереження, відновлення та примноження культурних цінностей, зокрема, культурних пам'яток як туристичних атракцій та засобів патріотичного виховання). Поряд з духовними та культурними цінностями розглянуті цінності, які є туристичними ресурсами (природні багатства та матеріальні цінності). Активно переймаючись охороною історико-культурних пам'яток і збереженням природних заповідників, туризм виступає як один із впливових чинників «олюднення» всієї сукупності суспільних і міжособистісних зв'язків, їх облагородження на засадах культури.

Основною базовою потребою існування і розвитку туризму є стабільність. Забезпечуючи своїми можливостями цю потребу туризм тим самим сприяє збереженню суспільного життя в цілому.

6. В Україні необхідно гармонізувати національне законодавство з європейським, визначитися з понятійними категоріями у сфері туризму, зорієнтувати власників готельних та туристичних підприємств на суворе дотримання міжнародних стандартів, зокрема, проводити подальшу сертифікацію послуг вітчизняних туристичних підприємств та організацій відповідно до міжнародних стандартів ISO або окремих їх положень.

Ознайомлення з практикою роботи найбільш відомих європейських закладів освіти туристичного профілю дало змогу розробити основні принципи кадрового забезпечення та підготовки фахівців для сфери туризму: гнучкість і мобільність при врахуванні потреб ринку, різноманітність навчальних закладів (коледжі, інститути, університети), інформаційна відкритість, динамічність в оновленні змісту освіти, широке застосування новітніх технологій навчання в умовах реального виробництва.

7. Сучасний самостійний розвиток туристичної галузі без державної підтримки призвів до виживання переважно комерційних форм і видів туризму. У цих умовах частка соціального туризму як явища радянського періоду значно зменшилася. Постійно зростаючі тарифи на транспорт, продукти харчування, інші послуги, а також припинення дотацій туристичним закладам та їхнє недостатнє фінансування з боку різних відомств і фондів скорочує число потенційних туристів. Соціальному туризму як фактору розвитку суспільства не приділяється належної уваги, що несе в собі масу негативних соціальних моментів. Основним напрямом державного регулювання соціального туризму

слід визнати забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян.

8. Розкрито зміст і особливості сільського зеленого туризму в Україні, з'ясовано та обґрунтовано, що він охоплює широкий спектр форм відпочинку на селі: від стаціонарного відпочинку (власне сільський туризм), відпочинку у туристичних центрах і курортах, що розташовані у селищах і малих містах, до відпочинку у сільських господарствах (агротуризм).

Визначено основні завдання держави в процесі організації сільського зеленого туризму: розробка концепції розвитку сільського зеленого туризму на державному та регіональному рівні, у межах якої виокремлено напрями (моделі розвитку) з урахуванням загальнонаціональної та регіональної специфіки; формування державної політики підтримки альтернативної (додавної) прибуткової діяльності населення в сільській місцевості; розробка державної програми розвитку сільського туризму як прибуткового сектору економіки, що передбачає формування механізмів правового, фінансового, організаційного, інформаційного.

Обґрунтовано, що відпочинок на селі є одним з перспективних напрямів відродження та розвитку українського села, оскільки розвиток туристичного бізнесу приносить дохід не лише власникам осель, а й іншим жителям місцевості: створюються нові робочі місця в сфері обслуговування туристів, зростає попит на продукти харчування, сувенірну продукцію та вироби місцевих майстрів, активізується будівництво та транспортні послуги.

9. Аналіз ролі держави в організації та розвитку туристичної діяльності в різних краях світу, вивчення досвіду побудови рекламно-інформаційної інфраструктури туризму в європейських країнах дало змогу встановити та обґрунтувати першочергові заходи держави щодо просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку. Це: широкомасштабне проведення рекламно-інформаційної кампанії в ЗМІ; розвиток виставково-ярмаркової діяльності в сфері туризму; організація презентацій туристичних можливостей України за кордоном; створення мережі інформаційних центрів для іноземних туристів всередині країни; формування сучасної статистики туризму, що відповідає міжнародним вимогам та враховує мультиплікативний ефект розвитку даної сфери.

Встановлено й обґрунтовано необхідні заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості туристичних підприємств: створення правових засад інвестиційної діяльності у регіоні, забезпечення відкритості інформації про їхню діяльність, недопущення випадків ініціювання банкрутства підприємств (готелів, санаторіїв, кемпінгів, турбаз, дитячих оздоровчих таборів та ін.) з метою перерозподілу власності. Одним з найбільш перспективних напрямів діяльності місцевих органів влади має стати підтримка туристичного бізнесу, зорієнтованого на збільшення обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму. Форми участі можуть бути такими: особиста участь у розвитку підприємництва як засновника та співзасновника нових підприємств; участь в одержанні прибутків, надання земельних ділянок під будівництво як

виду спільного фінансування інвестиційних проектів. Більша частина з таких форм участі в умовах обмеження фінансових можливостей органів місцевого самоврядування та загострення дефіциту виробничих ресурсів набуває пріоритетного значення.

10. Особливу увагу слід приділити не лише підготовці кваліфікованих кадрів, а й вихованню особистостей, які своєю діяльністю сприятимуть створенню і розвитку демократичного, соціально та гуманістично орієнтованого суспільства.

Подальший розвиток туристичної індустрії має ґрунтуватися на нових механізмах господарювання, ефективних організаційно-управлінських структурах, економічній свободі виробників туристського продукту, що в умовах вільної конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами і сприятиме соціально-економічному розвитку країни.

### **Основні положення дисертаційного дослідження викладені у таких публікаціях автора:**

#### *Монографія:*

1. Гарбар Г.А. Філософія гостинності: [монографія] / Г.А. Гарбар. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – 295 с.

#### *Статті у фахових наукових виданнях:*

2. Гарбар Г.А. Гостинність як предмет філософського аналізу сфери туризму / Г.А. Гарбар // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис / [гол. ред. В.П. Андрущенко]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2009. – №1. – С. 82-83.

3. Гарбар Г.А. Феномен гостинності: теоретичний і праксеологічний аспекти / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 49 (7). – С. 420-425.

4. Гарбар Г.А. Туризм як феномен культури / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 50 (8). – С. 471-478.

5. Гарбар Г.А. Гостинність у соціокультурній сфері туризму як головний предмет філософського аналізу / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 51 (9). – С. 360-364.

6. Гарбар Г.А. Привітність, щедрість та щирість як основні константи гостинності / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 52 (спецвипуск). – С. 373-376.

7. Гарбар Г.А. Туризм як розвинений інститут суспільного виробництва та гостинності / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 53 (10). – С. 361-367.

8. Гарбар Г.А Роль міжнародних угод у підвищення ефективності підготовки кадрів для сфери туризму / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2011. – Випуск 54 (11). – С. 468-472.

9. Гарбар Г.А. Становлення ринку гостинності та якість туристичних послуг / Г.А. Гарбар // Мультиверсум. Філософський альманах: [зб. наук. пр.] / [гол. ред. В.В. Лях]. – К., 2011. – Випуск 8 (106). – С. 92-102.

10. Гарбар Г.А. Методологічні засади дослідження гостинності як соціокультурного явища / Г.А. Гарбар // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис / [гол. ред. В.П. Андрущенко]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – №2 (41). – С. 94-99.

11. Гарбар Г.А. Технологія дослідження гостинності як соціального явища / Г.А. Гарбар // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис / [гол. ред. В.П. Андрущенко]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – №3 (42). – С. 82-89.

12. Гарбар Г.А. Підготовка кадрів для сфери туризму як соціальне завдання / Г.А. Гарбар // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис / [гол. ред. В.П. Андрущенко]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – №4 (43). – С. 49-55.

13. Гарбар Г.А. Поняття гостинності як соціального і морального феномена / Г.А. Гарбар // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П. Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Випуск 101. – С. 86-91.

14. Гарбар Г.А. Генезис і розвиток гостинності в історії української культури / Г.А. Гарбар // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П. Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Випуск 102. – С. 116-121.

15. Гарбар Г.А. Туризм в радянській Україні: партійний контроль та ідеологічна обмеженість / Г.А. Гарбар // Нова парадигма: Журнал наукових праць / [гол. ред. В.П. Бех]. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Випуск 104. – С. 114-122.

16. Гарбар Г.А. Особливості філософії гостинності сучасного туризму / Г.А. Гарбар // Вісник Інституту розвитку дитини. Серія: Філософія, педагогіка, психологія: [зб. наук. праць]. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Випуск 16. – С. 30-34.

17. Гарбар Г.А. Підготовка кадрів у сфері туризму / Г.А. Гарбар // Політологічний вісник: Збірник наукових праць. – К.: ІНТАС, 2011. – Вип. 56. – С. 433-439.

18. Гарбар Г.А. Культурна місія туризму та його екзистенцій на сутність / Г.А. Гарбар // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 7. Релігієзнавство. Культурологія. Філософія: [зб. наук. пр.]. – 2011. – Випуск 26 (39). – С. 269-274.

19. Гарбар Г.А. Перспективи розвитку гостинності й туризму в Україні / Г.А. Гарбар // Мультиверсум. Філософський альманах: [зб. наук. пр.] / [гол. ред. В.В. Лях]. – К., 2012. – Випуск 3 (111). – С. 178-184.

20. Гарбар Г.А. Історичні, економічні та політичні умови становлення й розвитку сфери гостинності м. Миколаєва / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2012. – Випуск 56 (1). – С. 437-444.

21. Гарбар Г.А. Особливості становлення і розвитку сфери гостинності м. Миколаєва / Г.А. Гарбар // Гілея (науковий вісник): [зб. наук. праць] / [гол. ред. В.М. Вашкевич]. – К., 2012. – Випуск 58 (3). – С. 464-471.

#### *Статті у інших виданнях:*

22. Гарбар Г.А. Формування ринкової вартості гостинності та оптимізація державної і ринкової організації туристичних послуг/ Г.А. Гарбар // Соціальна робота та управління: соціологія, психологія, педагогіка, соціальна робота: [зб. наук. праць]. – К., 2012. – Випуск 2. – С. 282-289.

## АНОТАЦІЇ

**Гарбар Г.А. Філософія гостинності в українському просторі туризму (соціально-філософський аналіз). – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук зі спеціальності 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ, 2013.

У дисертації досліджена філософія гостинності як стрижень такого виду діяльності, як туризм. Гостинність при цьому розглядається як піклування, здатність об'єктів туризму до забезпечення комфортних умов, належного самопочуття його суб'єктів – подорожуючих – у всіх аспектах цієї гуманістичної, культуротворчої сутності.

Аналізуються основні види масових подорожей в Україні, які призводять до формування мережі закладів гостинності, що надають послуги відповідним категоріям подорожуючих, і які за умов розвитку капіталізму в Україні зберігаються (паломництво) або трансформуються (подорожі з торгівельною метою, краснавччі екскурсії) в нові форми, які набувають ознак туризму: ділового й історико-культурного.

Розглядаються функціональні аспекти туризму як розвиненого інституту суспільного виробництва і гостинності. Особливості філософії гостинності й туризму розглядаються з огляду на притаманні сучасному світу глобальні зміни. Наголошується на наявності глибоких традицій гостинності в українській культурі, що є відбитком особливості української ментальності (щирість, привітність, повага до гостя) та проявляється в багатьох формах.

У роботі аналізується моральний (етичний) і соціокультурний зміст феномену гостинності як сутності і головного стрижня туристичної діяльності.

Визначені основні аксіологічні екзистенціали туризму: «благо» (добро), «свобода», «спілкування», «відповідальність». Надається характеристика туризму в умовах розмаїття культур, глобалізації культури. Культурний туризм вивчається як засіб діалогу культур.

Показано, що туризм своїми культурними засобами та соціальними орієнтаціями є одним із вагомих чинників узгодження суспільних та індивідуальних інтересів, запровадження коєволюційного типу взаємин суспільства і природи, мінімізації суспільного зла, впровадження антикризової стратегії сталого розвитку, забезпечення миру на Землі.

Надається аналіз амбівалентності культурного туризму, який, з одного боку, слугує затвердженню технологій споживання масової культури, а з іншого боку – стає альтернативою нівеляції цінностей культури.

**Ключові слова:** культура, туризм, гостинність, освіта, виховання, простір, функції туризму.

### **Гарбар Г.А. Философия гостеприимства в украинском пространстве туризма (социально-философский анализ). – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук по специальности 09.00.03 – социальная философия та философия истории. Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова. – Киев, 2013.

В диссертации исследована философия гостеприимства как стержень такого вида деятельности, как туризм. Гостеприимство при этом рассматривается как забота, способность объектов туризма к обеспечению комфортных условий, надлежащего самочувствия его субъектов, – путешествующих – во всех аспектах этой гуманистической, культуротворческой сущности.

Анализируются основные виды массовых путешествий в Украине, которые приводят к формированию сети заведений гостеприимства, которые предоставляют услуги соответствующим категориям путешествующих, и которые при условиях развития капитализма в Украине сохраняются (паломничество) или трансформируются (путешествия с торговой целью, краеведческие экскурсии) в новые формы, которые приобретают признаки туризма: делового и историко-культурного.

Рассматриваются функциональные аспекты туризма как развитого института общественного производства и гостеприимства. Особенности философии гостеприимства и туризма рассматриваются учитывая присущие современному миру глобальные изменения. Отмечается наличие глубоких традиций гостеприимства в украинской культуре, которая является отпечатком особенности украинской ментальности (искренность, приветливость, уважение, к гостю) и проявляется во многих формах.

В работе анализируется моральное (этическое) и социокультурное содержание феномена гостеприимства как сущности и главного стержня туристической деятельности.



Проанализированы основные аксеологические экзистенциалы туризма: «благо» (добро), «свобода», «общение», «ответственность», показана их роль в деле совершенствования всех сфер общественной жизни. Социально-философские, этические установки «цивилизованного» туризма, влияют на всех субъектов туристического процесса, формируют у них предпринимательскую, коммуникативную, экологическую, этическую, экзистенциальную культуру.

Подчеркнуто, что туризм является одним из влиятельных каналов трансляции общечеловеческих ценностей добрососедства, взаимопризнания и взаимоуважения, которые фокусируются в морально-культурном общении, образу «мультикультурное пространство», в котором происходят диалоговые, межиндивидуальные кросскультурные контакты.

Исследование посвящено анализу туризма в контексте аксиологической проблематики культуры. Охарактеризованы культурные ценности как феномен восприятия в контексте туристической деятельности. Турист определяется как субъект восприятия ценностей культуры.

Показано, что туризм своими культурными средствами и социальными ориентациями является одним из весомых факторов, согласующих общественные и индивидуальные интересы, внедряющий коэволюционный тип взаимоотношений общества и природы, минимизирующий социальное зло, обеспечивающий антикризисную стратегию стабильного развития, мир на Земле. Раскрыта концептуальная сущность и основные формы проявления «ответственного туризма» в современных социальных практиках, что имеет непосредственное отношение к социально-экономическому и культурному развитию Украины.

Туризм рассматривается как такая культурная практика, которая с одной стороны, позволяет познакомиться с ценностями чужих культур, с другой, способствует самосознанию собственной культуры. Гуманитарное значение туризма заключается в использовании его возможностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта знаний. Совмещение отдыха с познанием жизни, истории и культуры другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решить туризм. Знакомство с культурой и обычаями другой страны обогащает духовный мир человека. Культура является основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа.

Туристическая деятельность – это не только система услуг, – это система сложных взаимоотношений, где турист как субъект культуры становится ее носителем и вступает в контакт с культурой других народов. Таким образом, путешествие становится одной из форм социальной адаптации, социальной коммуникации и социокультурных отношений людей.

Предоставлен анализ амбивалентности культурного туризма, который, с одной стороны, служит утверждению технологий потребления массовой культуры, а с другой стороны – становится альтернативой нивелирования ценностей культуры.

Принципы новой парадигмы философии туризма становятся основой для современной государственной политики Украины в сфере гостеприимства и туризма.

**Ключевые слова:** культура, туризм, гостеприимство, образование, воспитание, пространство, функции туризма.

**Garbar G. A. The philosophy of hospitality in the sphere of Ukrainian tourism (socio-philosophical analysis). – Manuscript.**

Thesis for a doctor degree in philosophy: specialty 09.00.03 – social philosophy and philosophy of history. – National Pedagogical Dragomanov University. – Kyiv, 2013.

The thesis investigates the philosophy of hospitality as the core of tourism. Hospitality thus regarded as a care, the capacity of tourist facilities to ensure comfort, good health of its subjects – travellers – in all aspects of the humanistic, cultural sense.

The thesis concerns itself with the analysis of the basic types of mass travel in Ukraine, which lead to the formation of a network of hospitality service providers which work with respective categories of travellers, and that under conditions of capitalist development in Ukraine survive (pilgrimage) or are transformed (travels with commercial purpose, regional excursions) in new forms which obtain features of business, historical and cultural tourism.

The functional aspects of tourism as an advanced institute of social production and hospitality are considered. Features of hospitality and tourism philosophy are analysed from the perspective of the global change inherent in the modern world. Deep traditions of hospitality in Ukrainian culture reflect features of the Ukrainian mentality (sincerity, friendliness, respect for the guest) and come in many forms.

This paper analyses the moral (ethical) and sociocultural content of hospitality phenomenon as an essence and the main core of tourist activity.

The basic axiological existentials of tourism are «good» (virtue), «freedom», «communication», «responsibility». Tourism is characterized in the diversity of cultures, globalization of culture. Cultural tourism is studied as a means of dialogue between cultures.

The paper shows that by its cultural means and with social orientation tourism is one of the important reasons for harmonizing social and individual interests, it serves the introduction of co-evolutionary relationship between society and nature, minimization of social evil, implementation of anti-crisis strategy for stable development, peace on Earth.

The thesis presents the analysis of ambivalence of cultural tourism, which on the one hand, serves to validate the technologies of mass culture consumption, and on the other hand, is an alternative to cultural values leveling.

**Keywords:** culture, tourism, hospitality, education, upbringing. sphere, tourism functions.

НБ НПУ



\*100128868\*



Підписано до друку 28.01.2013 р. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Таймс.

Наклад 100 прим. Зам. № 042

Віддруковано з оригіналів

---

Видавництво Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова. 01601, м. Київ-30, вул. Пирогова, 9  
Свідоцтво про реєстрацію № 1101 від 29.10.2002.  
(044) 239-30-26

