

СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ ТА ФІЛОСОФІЯ ІСТОРІЇ
SOCIAL PHILOSOPHY AND PHILOSOPHY OF HISTORY

УДК 338.48-043.86(4)

DOI <https://doi.org/10.26661/hst-2020-6-83-01>

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ
В УМОВАХ СИСТЕМНИХ І СТРУКТУРНИХ ЗМІН:
МЕТОДОЛОГІЯ КРОСКУЛЬТУРНОГО АНАЛІЗУ

©НІКІТЕНКО, В. О.

Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького
національного університету (Запоріжжя, Україна)

E-mail: vitalina2006@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9588-7836>

*Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного
університету, 226 пр.Соборний, 69006 Запоріжжя, Україна*

*Engineering educational and scientific Institute of Zaporizhzhia National University, 226
Soborny Avenue, 69006 Zaporizhzhia, Ukraine*

Анотація

Актуальність дослідження у тому, що у суспільстві відбуваються системні та глибокі зміни, які впливають на всі сфери життєдіяльності суспільства і слугують тими рушійними силами, що породжують нові мегатренди креативності. Зміни викликані глибинною трансформацією, тобто точками докорінних технологічних зламів та їх суспільного впливу, які свідчать, що людина почала жити у зовсім іншому світі, а це означає, що людина має пристосовуватися та розвиватися у всіх сферах діяльності – освіті, культурі, туризмі, бізнесі, так і особистісно у професійному житті, знайти своє вираження у свідомій і цілеспрямованій діяльності по перетворенню і саморозвитку самого себе і суспільства в цілому. Мета дослідження – концептуалізація розвитку туризму в умовах системних і структурних змін в контексті методології кросскультурного аналізу. **Завдання дослідження:** проаналізувати туризм як один з феноменів кросскультурної комунікації та розкрити туризм як «царство рафінованої свободи»; з'ясувати види туризму як складного соціального і культурного явища та виявити сутність туризму як культуристворюючої сили і суб'єктно-активного конструкту соціального буття; дати аналіз ризиків, які можуть виникати під час реалізації проектів туристського сервісу в умовах глобалізації і кросскультурної комунікації та розробити практичні рекомендації щодо удосконалення розвитку туризму в умовах глобального розвитку. Методологічними засадами аналізу туризму в умовах глобального розвитку в контексті методології кросскультурного аналізу туризму виступають наступні методи та підходи: інституційний, соціологічний, системний, історичний, економічний, управлінський, міждисциплінарний, що дозволили проаналізувати туризм як складне соціальне, культурне та економічне явище у співвіднесенні об'єктивного і суб'єктивного факторів у суспільних процесах. Доведено, що сьогодні цивілізація увійшла в нову еру глобальних процесів, в основі яких нова проблема COVID-19 як глобальна проблема, яка сприяє новим викликам. Все це дає

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кросскультурного аналізу

можливість сформуванати по-новому механізми подолання нових ризиків і розробити у зв'язку з цим практичні заходи, які повинні бути направлені не тільки на стримання пандемії, але й подальшого розвитку туризму як найбільш перспективної сфери креативного розвитку як людини, так і суспільства.

Ключові слова: туризм, глобальний розвиток, кроскультурний аналіз, комунікація, пандемія, глобальна проблема

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Актуальність теми дослідження у тому, що в умовах глобалізації сучасне суспільство вплетене у складну мережу комунікаційних процесів, тенденції якого виступають каталізатором процесу кроскультурної комунікації, що формуються в умовах системних і структурних змін. Дослідження соціальних та культурних аспектів розвитку туризму у різних культурах актуалізується у контексті діалогу культур і цивілізацій, що й виступає важливим моментом розвитку соціально-філософської думки. У рамках цифрового прогресу, розвитку транспортних засобів і появи нових технологічних можливостей контекст системних і структурних змін, відкритості кордонів між державами сучасна людина отримує необмежені можливості контактувати з представниками інших культур. У сучасній Україні дослідження проблем туризму як соціального і культурного явища в умовах системних і структурних змін представляє собою великий науковий і практичний інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано

розв'язання даної проблеми і на які спирається автор

Осмилення проблем соціокомунікації і кроскультурної комунікації має багатовікову історію, у витоків дослідження якої стояли філософи Древньої Греції. Проблема спілкування притягувала вчених ще з часів Сократа, його провідну роль підкреслювали у своїх творах Платон, Аристотель, головна ідея яких розглядалася як вираження соціального інстинкту, що заставляє людей об'єднуватися у спільноту (товариство). У кінці ХУІІІ- початку ХІХ ст. ця проблематика привертає увагу німецьких філософів В. фон Гумбольдта і Я.Грімма, в контексті творів яких вона розглядається у лінгвістичному контексті. Ідея спілкування як головної характеристики людини по-новому прослідковується у працях Т.Гоббса, Б.Спінози, К.Гельвеція, П.Гольбаха, Ж.-Ж.Руссо, Г.Гегеля, Л.Фейербаха. Філософський аналіз проблеми суб'єкта та його можливостей, суб'єкт-об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин всебічно обґрунтовані І.Кантом, І.Фіхте, Ф.Шеллінгом. Л.Фейербахом. Розвиваючи ідеї І.Фіхте про взаємозумовленість «Я» та «іншого», вище перераховані вчені підготували проблемне поле комунікації, в контексті якого

сформувалися концепції і наукові школи західних мислителів початку ХХ століття - М.Бубера, Ф.Ебнера, Ф.Розенцвейга, які розглядали взаємовідносини між людьми на основі діалогу, підкреслюючи активність обох сторін. У подальшому науковому дискурсі сформувалися нові напрями дослідження діалогічної комунікації – соціолінгвістичні, герменевтичні, феноменологічні, екзистенційно-онтологічні, культурологічні, семіотичні. Різні грані туризму у рамках міжкультурного діалогу вивчалися у рамках соціальної антропології та культурантропології (К.Леві-Стросс, Б.Маліновський, А.Радкліфф-Браун). Усвідомлення комунікації як основи всіх форм людського буття пов'язано з роботами М.Бахтіна, діалогічна методологія якого сприяла розвитку туризму як соціального і культурного діалогічного явища. У сучасних умовах постмодерну на туризм як комунікативне явище впливають нові явища, які виникають у сучасних культурах, такі як глобалізація, візуалізація, гіперреальність, індивідуалізація, сігніфікація тощо. Проблеми туризму у своїх працях розглядали Г.Харріс, К.Кац, Р.Мелкін, Д.Уррі, М.Робінсон, С.Гуттман, Г.Маршан, які займалися аналізом туризму і культури, відмічаючи позитивні і негативні сторони цієї взаємодії. Особливий відбиток на сферу туризму наклала пандемія COVID-19, яка у деякій мірі призупинила

активність у сфері туризму, викликала падіння потоків інвестицій, привела до погіршення стану здоров'я населення, що дало як нові можливості для розвитку, так і сприяло породженню нових викликів, що реалізуються у глобальному плані і генерують непередбачувані наслідки.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття

В результаті аналізу наукової літератури можемо відмітити, що туризм є наслідком динамізму сучасної епохи та технологічного розвитку постіндустріальної епохи, у контексті якої відбувається структуризація функціонально-видової спрямованості туризму, виявляється його суперечлива і неоднозначна сутність, породжена глобалізацією світової спільноти; відбувається вплив сучасних інтернет-технологій та культури на розвиток туризму як культурно-комунікаційного процесу в умовах глобалізації.

Мета статті – концептуалізація розвитку туризму в умовах глобального розвитку в контексті методології кросскультурного аналізу.

Формування цілей статті:

- проаналізувати туризм як один з феноменів кросскультурної комунікації;
- розкрити туризм як «царство рафінованої свободи»;

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кросскультурного аналізу

- з'ясувати види туризму як складного соціального і культурного явища;

- виявити сутність туризму як культуurstворюючої сили і суб'єктно-активного конструкту соціального буття;

- дати аналіз ризиків, які можуть виникати під час реалізації проектів туристського сервісу в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації;

- розробити практичні рекомендації щодо удосконалення розвитку туризму в умовах глобального розвитку.

Методологічними засадами аналізу туризму в умовах глобального розвитку в контексті методології кроскультурного аналізу туризму виступають наступні методи, які пропонують авторитетні американські вчені Р.Макінтош, Ч.Голднер і Б.Рітчі:

1) інституційний підхід до вивчення туризму, який передбачає вивчення різноманітних інститутів і посередників, що потребує дослідження організаційного процесу, операційних методів, економічного середовища бізнесу;

2) соціологічний підхід зумовлений тим, що туризм являє собою соціальну діяльність, тому туризм представляє собою соціальну діяльність, вивчення індивідуальної і групової поведінки туристів і впливу суспільства на туризм;

3) системний підхід до вивчення туризму інтегрує інші підходи у єдиний комплексний підхід, за

допомогою якого на макрорівні можливо досліджувати діяльність туристичних фірм у конкурентному середовищі, їх ринки, а також взаємовідносини з іншими системами, такими як політична, правова, економічна, соціальна;

4) історичний підхід включає в себе аналіз діяльності туристичних інститутів в історичному ракурсі і вплив інновацій на їх розвиток; 5) географічний підхід спеціалізується на вивченні місцевості туристичної зони, ландшафту, клімату, а також економічних і соціально-культурних аспектів, особливу роль у яких відіграє аналіз рекреаційної географії, так як туризм і рекреація тісно взаємопов'язані;

6) економічний підхід використовується для аналізу туризму як з внутрішньої, так і світової економіки з точки зору попиту і пропозиції, його впливу на платіжний баланс і обмінний курс, зайнятість, економічний розвиток та інші економічні фактори, за допомогою яких можливо розробити схему аналізу туризму та його економічного впливу на країну;

7) управлінський підхід є найважливішим і ефективним, так як орієнтований на окремі туристичні фірми і сфокусований на такі види управлінської діяльності, які необхідні для функціонування туристичної організації, як планування, контроль, ціноутворення, реклама, що мають мікроекономічний характер, процедури яких повинні

запустити механізм з врахуванням змін у туристичній галузі;

8) міждисциплінарний підхід зумовлений перш за все тим, що туризм охоплює практично всі аспекти життя суспільства, то слід використовувати для аналізу антропологічний підхід, необхідний для вивчення місця і ролі людини у системі інститутів туристичної діяльності; психологічний підхід, що використовується для аналізу психологічного фактору людини; правовий підхід, необхідний для аналізу законодавчих актів та органів, що регламентують відповідну туристичну діяльність. Соціально-філософський аналіз базується на застосуванні комплексного підходу, який враховує вище перераховані методи і підходи, що підтримують зміни, які відбуваються у контексті як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів

1. Туризм як один з феноменів кроскультурної комунікації

Туризм – це один з феноменів крос-культурної комунікації, що являє собою складне і суперечливе явище, на яке істотно впливають економічний, політичний, соціокультурний і демографічний фактори, у тому числі базові цінності культури. Серед факторів, що впливають на розвиток сучасного туризму, слід назвати фактор «мультикультурної грамотності» та авто-і

гетеростереотипи, що сформувалися в тій чи іншій культурі, і являються стримуючим фактором. Туризм – це один із станів внутрішньої духовної культури людини, форма такої діяльності, в якій людина виходить за межі своїх традиційних функцій чи утилітарного використання чогось. Мета туризму як духовного світу людини полягає у підтримці іманентного процесу свого духовно-культурного самоствердження, властивих людині інтересів і правил взаємодії, комунікації тощо.

В той же час туризм не є утилітарною діяльністю, оскільки вона не зорієнтована на зовнішню вигоду, проте є утилітарною у тому розумінні, що виявляє корисність для людини, яка мандрує, дає їй відчуття «господаря» своїх властивостей, сил, можливостей. Туризм є процесом, у якому людина відкриває можливості подолання своєї одномірності, розірваності, елементарності, «лінійності» взаємодії з предметами культури. Туризм – це «силове поле» переживань людини, коли свідомість, почуття, мислення «опосередковані безпосередньо» як один із специфічних, справді буттєвих станів, у яких людина здійснює своє самостворення. Туризм аналогічний грі, яка є важливою характеристикою суті людського буття, так як гра має естетичну природу, той визнається як насолода, пов'язана з вільним виявленням сутнісних сил. Туризм

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кроскультурного аналізу

розглядається в якості істотного вкладу в поняття гри як всезагальної характеристики людської діяльності.

Нідерландський філософ і культуролог Йоган Хейзінг, автор фундаментального доробку «Людина граюча», вперше застосував підхід до гри як до всезагального принципу і джерела формування та функціонування культури. Туризм – це святкове функціонування індивіда в бутті іншої культури як цілісної особистості, яке виступає невичерпним джерелом свободи і розглядається у якості загальнолюдської цінності. У туристичній діяльності людина виходить за межі «відведеної для неї природи», долає необхідність об'єктивних умов життя, розширяє свої можливості, здібності, потенції.

2. Туризм як «царство рафінованої свободи»

Туризм являє собою «царство рафінованої свободи», - це спосіб становлення особистості, екзистенційний спосіб виявлення сутнісних сил людини. Через туризм людина «пропускає» частину свого життя і реалізує себе як особистість. В туристичній діяльності як синкретичній діяльності людина здійснює зв'язок з дійсним та ірреальним, об'єктивним і суб'єктивним, що і є найбільш адекватним визначенням сутності філософії туризму. Основним полем реалізації туризму виступає духовний світ людини, який у процесу туристичних

зустрічей програє у своїй свідомості будь-який учинок, подію, зустріч, розмову.

Тільки у процесі туристичної діяльності людина може експериментувати сама з собою, з усіма можливим й неможливими варіантами своєї суб'єктивної поведінки, а також з іншими учасниками зустрічей. Як чуттєве опрацювання певного духовного стану індивіда, туризм стає інструментом вільного вибору індивіда. У процесі туристичної діяльності людина може ніби відсторонити своє минуле, розпочати «точки відліку» свого життя, поєднати минуле з сьогоденням і майбутнім, скоригувати свої дії і вчинки. З туризмом пов'язаний сам процес самовдосконалення, утвердження людини як особистості, що дає змогу відчувати людськість, привабливість туристичного життя. Як термін туризм означає широке коло предметів діяльності, що протиставляється звичаєвій, утилітарній, практичній діяльності і характеризується переживанням задоволення від самої туристичної діяльності, самого процесу туризму. Важливим для туризму є стан духовної активності людини, різноманітні форми її актуалізації, задоволення від самої туристичної діяльності, самого процесу туризму.

У філософському контексті розглядаються: парадоксальність й соціальна цінність, не утилітарність, легковажне і серйозне ставлення, освоєння

людьми різних своїх можливостей і трансцендентність людини у процесі освоєння ролей і статусів у туристичній діяльності. Як самопроекція розвитку особистості, туристична діяльність створює умови для включення індивіда у складні переплетіння освоєння туристичного сервісу та соціальних зв'язків, пробує проектувати таку модель життєдіяльності, в якій акцентується вимога вільного самоздійснення індивіда у кожній конкретній ситуації. Туризм можна розглядати як найважливішу умову природного розвитку людської історії, осмислення всезагального та особливого, як фундаментальних вимірів людського способу буття.

Туризм виявляє залежність правил людського взаємодіяння і взаємодії від розвитку сутнісних сил і здібностей особистості, так як у цьому виявляється культурна функція туризму, який виступає активним фактором формування стандартів культури. Туризм прямо залежить від буттєвих вимірів, досвіду людини, що пов'язані з чуттєвим, інтуїтивним підґрунтям людського буття.

Туризм використовується в якості багатоманітності можливостей вільного вибору індивіда та пізнання соціальних процесів у процесі освоєння іншомовного буття і менталітету, культури і природи, економіки і політики, у процесі яких відбувається адаптація людини до іншомовного середовища, до

самостійного виконання своїх ролей і статусу. У ХХІ столітті туризм виявляється найважливішою моделлю функціонування різних бізнесових зв'язків, які виходять на якісно новий рівень взаємодії культур і цивілізацій. Туризм вдивляється тим процесом, який розкриває структури взаєморозуміння між людьми, реалізуючись в архетипах і стандартах особистісної поведінки, як форма творчого пошуку і «виращування» відсутніх якостей і зв'язків, відходу від неефективності в усіх ланках суспільного життя.

Туризм стає сучасним фундаментальним інструментом комунікації між людьми, між природними і штучними системами, людиною і суспільством, людиною і владою. Туризм не є товаром першої необхідності, він є нагальною потребою людини тільки при певному рівні доходів і рівні багатства суспільства. Істотне значення для розвитку міжнародного туризму має намагання окремих країн до збільшення валютних доходів від туризму і створення з цією ціллю цілої галузі господарства – туристської індустрії.

3. Види туризму як складного соціального і культурного явища

Виокремлюють наступні види чи типи туризму - рекреаційний, пізнавальний чи культурний, науковий, діловий; по характеру організації – індивідуальний, груповий, організований і

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кросскультурного аналізу

самодіяльний (неорганізований), стаціонарний чи пересувний; по інтенсивності туристичних путівок – постійний і сезонний; по тривалості – короткочасовий чи довготривалий; виходячи з використання транспортних засобів для пересування – особистого транспорту, суспільного транспорту, орендованого транспорту, караванний туризм, морський та річковий круїзи; інклюзив – тур, що застосовується при авіаційних перевезеннях на основі спеціально розроблених інклюзив-тарифів; пекідж-тур, що пропонує клієнту повний комплекс послуг, які організуються згідно з рекламними кампаніями. Структура цих турів в значній мірі вар'юється у залежності від країни, складу туристів, їх купівельної спроможності, характеру, асортименту, якості пропонованих послуг. Під туристичною індустрією розуміється сукупність виробничих, транспортних і торгових підприємств, що виробляють і реалізують туристичні послуги і товари туристичного сервісу. Міжнародний туризм в усьому світі є нерівномірним, що пояснюється у першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів.

Найбільший розвиток міжнародний туризм отримав у західноєвропейських країнах: на частку цього регіону приходиться біля 60% світового туристичного ринку і біля 50% валютних надходжень; більше 18% світового

туристичного ринку і 20% валютних надходжень – на США, і біля 8% ринку і 5% валютних надходжень на Африку і Близький Схід разом взятих, перетворившись в істотне джерело збільшення доходів і зростання національної економіки. Нові індустріальні країни є унікальними для ділових зустрічей, розважальний туризм добре розвинений у Японії, Південній Кореї, країни з перехідною економікою займають шосту частину суші, яка багата природними і рекреаційними ресурсами для розвитку індустрії туризму [1]. Проте коронавірусна епоха внесла свої корективи, які привели до сповільнення туризму.

4. Туризм як культуротворююча сила і суб'єктно-активний конструкт соціального буття

У сучасну епоху глобалізації і кроскультурної комунікації туризм як культуротворююча сила і суб'єктно-активний конструкт соціального буття є результатом довгої історичної еволюції як соціального буття, так і себе самого шляхом прирощування нових якостей і властивостей, і носить достатньо розвинутий і самостійний характер, що дозволяє розцінювати його як активну культуротворюючу силу і значний соціокультурний реагент, що впливає на соціальні процеси. В історичній ретроспективі і в наші дні туризм не тільки виявився інструментом діалогу культур, що тягне за собою формування культурної спільноти країн і

народів, але також і онтологічною необхідністю в діалозі з Іншим.

Туризм виявився інструментом відсторонення реальності, що забезпечує формування культурної самосвідомості і виступає основою раціональної культури. Являючись детермінованим продуктом соціального вільного часу і знаходячись у тісному взаємозв'язку з системою цінностей вільного часу, туризм має тенденцію до все більш зворотного зв'язку вільного часу і структур дозвіллевих занять, насичуючи їх зростаючими можливостями відносно розширення різноманітності видів людської діяльності, що носить «споживацький» характер. В умовах глобалізації і крос-культурної комунікації відбуваються наступні тенденції у розвитку туризму:

1) має місце насущна необхідність вироблення загальних підходів у національних стратегіях розвитку стійкого, відповідального і управляючого туризму як відповідь на загальні загрози і виклики сучасності;

2) спостерігається нерівномірність політичного економічно і соціального розвитку і стану суспільства у різних країнах, у зв'язку з чим роль і значення туризму як двигуна економіки і фактора стабільності посилюється і може відрізнитися у різних національних державах;

3) право на відпочинок як наслідок реалізації права на працю,

повинно бути засновано на вільному праві людей вибору місця відпочинку і доступності туризму для всіх верств населення;

4) соціальний туризм, який найбільш повно відповідає Цілям тисячоліття ООН, повинен стати основним пріоритетом національного туристичного розвитку, а заходи з приводу його реалізації повинні носити не декларований, а практичний характер;

5) розвиток зарубіжного в'їзного туризму у всіх країнах не повинен йти на шкоду внутрішньому, а уряди і місцеві туристичні спільноти повинні здійснювати сумісні дії для підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туризму по відношенню до в'їзного туризму.

В цілому слід відмітити, що туризм став одним із значущих сучасних факторів протистояння викликам сучасного світу і сучасних стратегій соціально-економічного розвитку країн і регіонів на довгострокову перспективу в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації, тому виконує важливу місію у світовому гуманітарному розвитку. Туризм, таким чином, є надзвичайно багатоманітним явищем як і багатоманітна сама діяльність людини.

Туризм виступає як основне джерело і найвищий прояв людської свободи, потреба розвитку творчості і сутнісних сил

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кроскультурного аналізу

особистості, самопізнання себе як суб'єкта туристичного процесу, виявлення самодіяльності індивіда, відтворення людини у всій її багатоманітності.

5. Ризики, які можуть виникати під час реалізації проектів туристського сервісу в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації

Слід враховувати наступні ризики, які можуть виникати під час реалізації проектів туристського сервісу в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації:

1) макроекономічні ризики, пов'язані з можливістю погіршення внутрішньої і зовнішньої кон'юнктури, зниження темпів економіки, рівня інвестиційної активності, високою інфляцією, кризою банківської системи;

2) фінансові ризики, пов'язані з виникненням бюджетного дефіциту і недостатнім рівнем бюджетного фінансування, так як слабка диверсифікація української економіки і пряма залежність бюджетних доходів від цін на продукцію топливно-енергетичного сектора робить цей ризик найбільш загрозливим;

3) техногенні і екологічні ризики: зміна природно-кліматичних умов; будь-яка велика природна, технологічна чи екологічна катастрофа, ймовірність яких повністю виключати неможливо; глобальні зміни клімату також можуть істотно вплинути на динаміку туристичних потоків;

4) геополітичні ризики: на розвиток туризму, як внутрішнього, так і зовнішнього, здійснює вплив політична ситуація всередині країни і в у суміжних державах; військові і терористичні дії можуть привести до пониження туристичного потоку і пониження його ролі;

5) міжнародні ризики: успішне функціонування сфери туризму прямо належить від стану міжнародних відносин України з іншими країнами, від ситуації на міжнародних ринках, курсів валют, міри взаємної інтеграції держав;

6) ризики, пов'язані з COVID-19.

Будучи експортоорієнтованою сферою, туризм проявляє велику стабільність у порівнянні з іншими галузями в умовах нестійкої ситуації на світових ринках. Відповідно до соціальних переваг туризму слід віднести: 1) задоволення потреби у відпочинку; 2) підвищення якості життя населення за рахунок притоку іноземної валюти; 3) розвиток малого підприємництва; 4) реалізація соціальної політики держави; 5) створення нових робочих місць; 6) мультиплікативний ефект від туризму; 6) розвиток регіонів в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації [2].

Висновки. Практичні рекомендації щодо удосконалення розвитку туризму в умовах глобального розвитку.

У зв'язку з дослідженням розвитку туризму в умовах

глобального розвитку у контексті методології кросскультурного аналізу необхідно було зробити наступні пропозиції щодо розвитку туризму в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації:

1. Активно удосконалювати туристичне законодавство як основу регулювання туристичної діяльності і створення гідних умов для успішної взаємодії органів влади, виробників послуг і товарів та їх споживачів.

2. Приймати законодавчі ініціативи, направлені на внесення концептуальних змін у законодавчі акти, що забезпечують пріоритет реальним виробникам туристичних послуг у сфері економіки, соціуму, політики, щоб подолати негативні проблеми та сформувані нову реальність пост-ковідної «реальності».

3. Держава повинна підштовхувати до розвитку туроператську діяльність, яка є за визначенням посередницькою і направлена на розвиток галузі в цілому.

4. При розробці загальнонаціональної стратегії для туристичного сектора національної економіки стимулювати приватну ініціативу розвитку місцевих, економічно самостійних конкурентоспроможних туристичних фірм, що функціонують на ринкової основі.

5. Особливу увагу приділяти підвищенню ролі безпеки туризму як найважливішої проблеми інноваційного підвищення його

надійності, якості і безпечного туристичного процесу на території кожної країни.

6. Сприяти розвитку наукового дискурсу туризму та проблем туризму і більш активного залучення світового наукового потенціалу до вирішення проблем туризму, сприяти інтеграції міжнародного науково-туристичного потенціалу в освітню діяльність у сфері туризму.

7. Розробити і повсюдно здійснювати заходи, направлені на забезпечення компромісу між розвитком туризму при стійкому збереженні оточуючого середовища; проводити розробку і переважне позиціонування турів, заснованих на балансі кліматичних, екологічних, соціальних та економічних аспектів.

8. Приймати конкретні заходи щодо підсилення соціальної спрямованості туризму, створенню туристичного продукту, доступного всім верствам населення, активно використовувати при цьому зарубіжний досвід і сучасні концепції у сфері розвитку соціального туризму як перспективного напряму внутрішнього туризму у рамках соціальної політики держави. Соціальний туризм повинен стати рушієм економічного розвитку багатьох країн, фактором консолідації, духовного і фізичного оздоровлення нації.

9. Сприяти активізації і різноманітності форми взаємодії бізнес-структур, держави і

суспільних організацій та об'єднань у сфері туризму як нової тенденції туризму у XXI столітті, розширювати практику проведення форумів та інших заходів по різноманітним проблемам туризму, що потребують наукового осмислення в умовах глобалізації і крос-культурної комунікації.

Список використаних джерел

1. Нікітенко, Е. К. Туризм як чинник креативності особистості та рушійної сили креативної економіки. *Матеріали XXIV науково-технічної конференції студентів, магістрантів, аспірантів, молодих вчених та викладачів*. Проблеми економічного розвитку в сучасних умовах. Том IV. П ЗНУ. Запоріжжя: П ЗНУ, 2019. 56-57.

2. Нікітенко, Е. К. Креативність як суттєвий маркер туризму, креативної економіки та креативної особистості. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2019»* : у 5 т. Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 5, 2019. 288-289.

3. Nikitenko, V. Educational discourse of tourism business in the context of information society. *Освітній дискурс*, 16(2), 2017. 17-24.

4. Нікітенко В. А. Туризм как фактор развития креативной личности и ценностного измерения инновационно-информационного общества. *Mokslas ir praktika: Aktualijos ir Perspektyvos Mokslinių straipsnių rinkinys Theory and practice: problems and prospects Scientific articles*. Kaunas. 2020. P. 333-341.

5. Нікітенко В. А. Концепция усовершенствования коммуникационных трендов в развитии туризма в условиях цифровой трансформации общества. *Laisvalaikio tyrimai: elektroninis mokslo žurnalas*, 2018 1(1). С. 1-10.

6. Андрюкайтене, Р., Воронкова, Г., Кивлюк, О., Нікітенко, В. Становление и развитие smart-общества как высокоразумного, высокотехнологического, высокоинтеллектуального. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 71, 2017. 17 – 25.

7. Андрюкайтене, Р., Воронкова, В., Кивлюк, О., Романенко, Т., Рижова І. (2017). Концептуализация smart-общества и smart-технологий в контексте развития современной цивилизации. *Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos*, 11-12.

8. Воронкова, В. Г., Романенко, Т. П. Андрюкайтене, Р. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 67, 2016. 23-27.

9. Воронкова, В. Г. Формирование нового мировоззрения, нового человека, нового общества будущего. Антропологические измерения философских исследований: *Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта им. академика В. Лазаряна*, 3, 2013. 69-79.

10. Воронкова, В. Г. Глобалізація як процес універсалізації стосунків між державою та ринком. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 35, 2008. 15-35.

11. Nikitenko, V., Andriukaitiene, R., Punchenko, O. Developing corporate management to improve the quality of customer service. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, 1(78), 2019. 140-153.

12. Олексенко, Р. Людина в умовах інформаційного суспільства як об'єкт соціально-економічної рефлексії. *Становлення і розвиток інформаційного суспільства як основи забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави*, 2017. 59-62.

13. Олексенко, Р. І. Глобальні проблеми філософії від Античності до сьогодення в дискурсі ринкових трансформацій. *Придніпровські соціально-гуманітарні читання: у 6-ти частинах. ч 2: матеріали Дніпропетровської сесії І І Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю*, 2013. 148-151.

14. Річард, Ф. Homo creatives. Як новий клас завойовує світ / пер. з англ. Максим Яковлев. Київ: *Наш формат*. 2018.

REFERENCES

1. Nikitenko, E. K. (2019). Turyzm yak chynnyk kreatyvnosti osobystosti ta rushynoyi syly kreatyvnoyi ekonomiky. Materialy XXIV naukovo-tekhnichnoyi konferentsiyi studentiv, mahistrantiv, aspirantiv, molodykh vchenykh ta vykladachiv. Problemy ekonomichnoho rozvytku v suchasnykh umovakh. Tom IV. II ZNU. Zaporizhzhya: II ZNU, 56-57.

2. Nikitenko, E. K. (2019). Kreatyvnist' yak suttyevyy marker turyzmu, kreatyvnoyi ekonomiky ta kreatyvnoyi osobystosti. Zbirnyk naukovykh prats' studentiv, aspirantiv i molodykh vchenykh «Moloda nauka-2019» : u 5 t. Zaporiz'kyy natsional'nyy universytet. Zaporizhzhya : ZNU, 5, 288-289.

3. Nikitenko, V. (2017). Educational discourse of tourism business in the context of information society. *Osvitniy diskurs*, 16(2), 17-24.

4. Nykytenko V. A. Turyzm kak faktor razvytya kreatyvnoy lychnosti y tsennostnoho yzmerenyya ynnovatsyonno-ynformatsyonnoho obshchestva. *Mokslas ir praktika: Aktualijos ir Perspektyvos Mokslinių straipsnių rinkinys Theory and practice: problems and prospects Scientific articles*. Kaunas. 2020. P. 333-341.

5. Nykytenko V. A. Kontseptsyya usovershenstvovanyya kommunykatsyonnykh trendov v razvytyy turyzma v uslovyyakh tsyfrovoy transformatsyy obshchestva. *Laisvalaikio tyrimai: elektroninis mokslo žurnalas*, 2018 1(1). S. 1-10.

6. Andryukaytene, R., Voronkova, H., Kyvlyuk, O., Nykytenko, V. (2017). Stanovlenye y razvytye smart-obshchestva kak vysokorazumnoho, vysokotekhnolohycheskoho, vysokoyntellektual'noho. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*, 71, 17 – 25.

7. Andryukaytene, R., Voronkova, V., Kyvlyuk, O., Romanenko, T., Ryzhova I. (2017). Kontseptualyzatsyya smart-obshchestva y smart-tekhnohyy v kontekste razvytya sovremennoy tsyvylyzatsyy. *Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos*, 11-12.

8. Voronkova, V. H., Romanenko, T. P. Andryukaytene, R. (2016). Kontsepsiya rozvytku proektno-oriyentovanoho biznesu v umovakh tsyfrovoyi transformatsiyi do smart-suspil'stva. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*, 67, 13-27.

9. Voronkova, V. H. (2013). Formyrovanye novoho myrovozzrenyya, novoho cheloveka, novoho obshchestva budushcheho. *Antropolohycheskye yzmerenyya fylosofskykh yssledovanyu: Dnepropetrovskyy natsyonal'nyy unyversytet zheleznodorozhnoho transporta ym. akademyka V. Lazaryana*, 3, 69-79.

10. Voronkova, V. H. (2008). Hlobalizatsiya yak protses universalizatsiyi stosunkiv mizh derzhavoyu ta rynkom. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*, 35, 15-35.

11. Nikitenko, V., Andriukaitiene, R., Puchenko, O. (2019). Developing corporate management to improve the quality of customer service. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers*, 1(78), 140-153.

12. Oleksenko, R. (2017). Lyudyna v umovakh informatsynoho suspil'stva yak ob'yekt sotsial'no-ekonomichnoyi refleksiyyi. *Stanovlennya i rozvytok informatsynoho*

Розвиток туризму в умовах системних і структурних змін: методологія кросскультурного аналізу

suspil'stva yak osnovy zabezpechennya konkurentospromozhnosti Ukrainy u sviti ta staloho rozvytku suspil'stva i derzhavy, 59-62.

13. Oleksenko, R. I. (2013). Hlobal'ni problemy filosofiyi vid Antychnosti do s'ohodennya v dyskursi rynkovykh transformatsiy. Prydniprov's'ki sotsial'no-humanitarni chytannya: u 6-ty chastynakh. ch 2: materialy Dnipropetrovs'koyi sesiyi I I Vseukr. nauk.-prakt. konf. z mizhnarodnoyu uchastyu, 148-151.

14. Richard, F. (2018). Homo creatives. Yak novyy klas zavoyovuye svit / per. z anhл. Maksym Yakovlyev. Kyiv: Nash format.

NIKITENKO, VITALINA - PhD in Philosophy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management of Organizations and Project Management, Engineering educational and scientific Institute of Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)

E-mail: vitalina2006@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9588-7836>

TOURISM DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF SYSTEMIC AND STRUCTURAL CHANGES: METHODOLOGY OF CROSSCULTURAL ANALYSIS

Abstract

The relevance of the study is that in society there are systemic and profound changes that affect all spheres of society and serve as the driving forces that generate new megatrends of creativity. The changes are caused by a profound transformation, ie the points of radical technological breakdowns and their social impact, which indicate that man began to live in a completely different world, which means that man must adapt and develop in all areas - education, culture, tourism, business, and personally in professional life, to find expression in the conscious and purposeful activities for the transformation and self-development of himself and society as a whole. The purpose of the study is to conceptualize the development of tourism in the context of systemic and structural changes in the context of the methodology of cross-cultural analysis. Objectives of the study: to analyze tourism as one of the phenomena of cross-cultural communication and to reveal tourism as a "kingdom of refined freedom"; to find out the types of tourism as a complex social and cultural phenomenon and to identify the essence of tourism as a cultural force and the subject-active construct of social life; to analyze the risks that may arise during the implementation of tourism service projects in the context of globalization and cross-cultural communication and to develop practical recommendations for improving the development of tourism in the context of global development. The following methods and approaches are the methodological principles of tourism analysis in the context of global development in the context of cross-cultural tourism analysis methodology: institutional, sociological, systemic, historical, economic, managerial, interdisciplinary, which allowed to analyze tourism as a complex social, cultural and economic phenomenon. subjective and subjective factors in social processes. It is proved that today's civilization has entered a new era of global processes, based on the new problem of COVID-19 as a global problem that contributes to new challenges. All this makes it possible to form new mechanisms to overcome new risks and develop in this regard practical measures that should be aimed not only at curbing the pandemic, but also the further development of tourism as the most promising area of creative development of both man and society. .

Keywords: tourism, global development, cross-cultural analysis, communication, pandemic, global problem

НИКИТЕНКО, В. А. – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри менеджмента організацій и управління проектами, Інженерний учебно-научний інститут Запорозького національного університета (Запорозьке, Україна)

E-mail: vitalina2006@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-9588-7836>

РОЗВИТІЕ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ СИСТЕМНЫХ И СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: МЕТОДОЛОГИЯ КРОССКУЛЬТУРНОГО АНАЛИЗА

Аннотация

Актуальність дослідження у тому, що у суспільстві відбуваються системні та глибокі зміни, які впливають на всі сфери життєдіяльності суспільства і слугують тими рушійними силами, що породжують нові мегатренди креативності. Зміни викликані глибинною трансформацією, тобто точками докорінних технологічних зламів та їх суспільного впливу, які свідчать, що людина почала жити у зовсім іншому світі, а це означає, що людина має пристосовуватися та розвиватися у всіх сферах діяльності – освіті, культурі, туризмі, бізнесі, так і особистісно у професійному житті, знайти своє вираження у свідомій і цілеспрямованій діяльності по перетворенню і саморозвитку самого себе і суспільства в цілому. Мета дослідження – концептуалізація розвитку туризму в умовах глобального розвитку в контексті методології кросскультурного аналізу. **Завдання дослідження:** проаналізувати туризм як один з феноменів кросскультурної комунікації та розкрити туризм як «царство рафінованої свободи»; з'ясувати види туризму як складного соціального і культурного явища та виявити сутність туризму як культуurstворюючої сили і суб'єктно-активного конструкту соціального буття; дати аналіз ризиків, які можуть виникати під час реалізації проектів туристського сервісу в умовах глобалізації і кросскультурної комунікації та розробити практичні рекомендації щодо удосконалення розвитку туризму в умовах глобального розвитку. Методологічними засадами аналізу туризму в умовах глобального розвитку в контексті методології кросскультурного аналізу туризму виступають наступні методи та підходи: інституційний, соціологічний, системний, історичний, економічний, управлінський, міждисциплінарний, що дозволили проаналізувати туризм як складне соціальне, культурне та економічне явище у співвіднесенні об'єктивного і суб'єктивного факторів у суспільних процесах. Доведено, що сьогольні цивілізація ввійшла в нову еру глобальних процесів, в основі яких нова проблема COVID-19 як глобальна проблема, яка стоїть на порозі нових викликів. Все це дає можливість по-новому використати механізми подолання нових ризиків і розробки нових практичних заходів, які повинні бути направлені не тільки на стримання пандемії, але й подальшого розвитку туризму як найбільш перспективної сфери креативного розвитку як людини, так і суспільства.

Ключові слова: туризм, глобальний розвиток, кросскультурний аналіз, комунікація, пандемія, глобальна проблема

Received date 07. 12.2020

Accepted date 15.12.2020

Published date 21.12.2020