

Гаврилюк А. М.

Київський національний університет культури і мистецтв

КОНЦЕПЦІЯ¹ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ЗАСАДАХ СОЦІОГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ): МУЛЬТИПАРАДИГМАЛЬНИЙ ПІДХІД

У статті обґрунтовано актуальність та перспективність застосування мультипарадигмального підходу до розвитку національної сфери туризму в Україні у повоєнний період. Представлено результати авторської розробки проєкту Концепції національної моделі формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні (на засадах соціогуманітарного розвитку) – далі – проєкт Концепції.

Подано інструментарій застосування гуманітарної, соціальної, інституціональної, маркетингової, економічної, цифровізаційної парадигм як комплексу заходів та дій державних інституцій у співпраці з широким колом стейкхолдерів, що охоплюють ідеологічний, стратегічний, технологічний вектори розвитку національного туризму.

Доведено, що пріоритетна мета упровадження проєкту Концепції у повоєнний період має бути зорієнтована на соціальний і гуманітарний розвиток суб'єктів і об'єктів її реалізації: осіб, що подорожуватимуть (Ното viators), осіб, що надаватимуть туристичні послуги, та території, що прийматимуть туристів і отримуватимуть соціальні, гуманітарні та економічні переваги від такої діяльності на засадах сталого розвитку.

Наголошено, що представлений поетапний інструментарій упровадження проєкту Концепції є матричним та динамічним орієнтиром соціогуманітарного розвитку сфери національного туризму, що здатен адаптуватися до реальних обставин.

Подано авторське тлумачення сутності державної політики у сфері туризму, що формуватиметься та реалізовуватиметься на засадах соціогуманітарного розвитку як динамічний процес, який здійснюватиметься на багаторівневій основі, й корегуватиметься та впроваджуватиметься через комплекс заходів організаційного, правового, методичного, інструктивного, технологічного характеру та впливатиме на сфери освіти, науки, культури, духовності, а також суспільну та громадянську свідомість населення країни, яке споживатиме та надаватиме туристичні послуги.

Наголошено на необхідності розробки та застосування правового, функціонально-організаційного, програмно-цільового, фінансово-економічного, соціально-психологічного та маркетингового механізмів реалізації проєкту Концепції.

Ключові слова: сфера туризму, соціогуманітарні засади, концепція, державна політика, повоєнний розвиток туризму.

Постановка проблеми. До початку повномасштабної збройної агресії РФ проти України національна сфера туризму розвивалася досить турбулентно, роблячи домінантні акценти на економікоцентричні моделі розвитку й не використовуючи, при цьому, потужні соціогуманітарні інструменти впливу туризму на формування локальної та національної ідентичностей; інтелектуалізацію та внутрішню інтеграцію українських громадян засобами комунікативної, ідеологічної, виховної, культурологічної туристичної просвіти;

національно-патріотичне виховання молодого покоління українців; етнотуристичну промоцію місцевості тощо.

Проте, загарбницькі дії країни-агресорки на території України вкотре довели, що будь-яка суспільна сфера, зокрема й туризму, здатна протистояти ворогові там і тоді – де і коли працюють ефективні механізми вироблення та реалізації державної політики. Тому навіть в умовах воєнного стану не варто лише зосереджуватися на заходах протидії загарбникам, коли у буквальному сенсі

¹ Концепція (лат. conceptio – розуміння) – точка зору, що вибудовується на парадигмальній системі доказів певних положень щодо розуміння процесів суспільного розвитку.

ведеться боротьба за збереження самобутньої етнічної унікальності української нації, а невідкладно напрацьовувати ефективний інструментарій соціогуманітарного розвитку сфери туризму у повоєнний період.

Фахово досліджуючи теоретичні, практичні, правові засади соціогуманітарного розвитку вітчизняної сфери туризму, нами визначено, що цей напрям охоплює широкий спектр дотичних до туризму соціальних і гуманітарних сфер (а не лише економічних), а тому виправдано потребує застосування мультипарадигмального підходу до розробки проєкту Концепції національної моделі формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні (далі – проєкт Концепції).

У статті представимо авторське бачення на вирішення цього наукового та практичного завдання, яке знайшло своє первинне відображення в дисертаційному дослідженні [4] та адаптується наразі до сучасних реалій у інших дослідженнях [3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Під час розробки Концепції базисом, на основі якого формувався каркас проєкту, стали праці вітчизняних учених із різних галузей наук. Першочергово, використовувалися дослідження науковців із галузі науки «Державне управління», які зосереджували свій науковий пошук на виробленні механізмів соціогуманітарного розвитку країни на національному та регіональному рівнях [5; 8; 11]. Проте учені не акцентували належної уваги саме сфері туризму, яка має свій потужний соціальний і гуманітарний потенціал.

Мало дослідженими ці ж вектори розвитку є й серед представників економічної сфери, які переважно, торкаються питань інституціоналізації соціогуманітарного простору регіону [7; 15], сталого розвитку [1; 6; 10; 16], людського капіталу території [9] та інших чинників.

На підставі аналізу джерельної бази наукових досліджень та нормативно-правових актів [12; 13; 14] виявлено потребу у розробці базового документу, своєрідну дорожню карту, які б послужили основою для розвитку національної сфери туризму у найближчій повоєнній перспективі.

З огляду на це, **мета статті** спрямована на обґрунтування та розробку теоретико-практичних засад проєкту Концепції національної моделі формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні на засадах соціогуманітарного розвитку із використанням мультипарадигмального підходу.

Виклад основного матеріалу. В основі розробки проєкту Концепції покладено структурно-логічний підхід, що дозволив *сформулювати мету*

інноваційної моделі управління сферою туризму, зорієнтовану на соціальний і гуманітарний розвиток суб'єктів і об'єктів її реалізації: осіб, які подорожують, осіб, які надають туристичні послуги, території, що приймають туристів та отримують соціальні, гуманітарні та економічні переваги від такої діяльності на засадах сталості. Пропонується реалізовувати Концепцію в декілька етапів та багаторівневій основі управління, що дозволяє її адаптувати до економічних, соціальних та гуманітарних умов розвитку території.

Перший етап є проєктним (близько півроку) і передбачає пошук стейкхолдерів та генерування ними ідей щодо адаптації каркасу моделі в межах адміністративно-територіальної одиниці, пошуку фінансових, інтелектуальних, матеріальних, людських та інших ресурсів на її реалізацію.

Другий етап: апробаційний (близько року) зосереджується на пілотному (в комплексних туристичних дестинаціях у 2–3-х різних регіонах України з різними показниками розвитку туризму) використанні моделі з урахуванням туристичної сезонності, пристосованості її до ресурсних можливостей об'єднаної територіальної громади; виявлення слабких і сильних сторін реалізації.

Третій етап: упроваджувальний (два-три роки) зосереджується на застосуванні моделі в межах чітко визначеної території з виявленням статистичної активності відвідуваності місцевості; розвитку затребуваних видів туризму; формуванням та удосконаленням рекламно-інформаційної та туристичної інфраструктури; контролем за зміною мотиваційних уподобань туристів та використання їх на користь місцевого розвитку.

Вбачаємо, що кожен із етапів доречно реалізувати через *гуманітарний, соціальний, інституціональний, маркетинговий, економічний, цифровий напрями* в рамках єдиної мультипарадигмальної платформи, що має *ідеологічні, стратегічні, технологічні вектори розвитку*.

Кожен із структурних компонентів проєкту Концепції опирається на комплекс принципів, до яких належать: верховенства права; багаторівневості; децентралізації; безпечності; прозорості; туристичного районування; комплементарності; сталого розвитку; локальної, індивідуальної та секторальної інклюзії; публічно-приватного партнерства; колаборації; туристичної інтелектуалізації; діджиталізації; достовірності статистичної інформації) та авторський – *туристичного людиноцентризму*, що сприяє формуванню у процесі туристичних практик нового світогляду людини; наповнення його соціогуманітарним

змістом всіма дотичними до надання туристичних послуг соціальними інститутами, особистостями, іншими суб'єктами та «отримання» в кінцевому результаті *нового типу споживача та виробника туристичних послуг* зі своїми поглядами, ідеями, переконаннями, знаннями, цінностями, досвідом тощо [2, с. 33–34].

Розглянемо кожен із напрямів реалізації проекту Концепції, які формують її мультипарадигмальну теоретико-практичну платформу.

Стартовою, виокремлюємо *гуманітарну парадигму*, що передбачає пропагування активної культури подорожей Україною через пріоритетний розвиток внутрішнього та в'їзного туризму; наповнення екскурсійних програм та маршрутів національними наративами з урахуванням туристичного районування різновидів туризму в межах країни, *особливо з акцентом на нові туристичні місця, які будуть сформовані подіями російсько-української війни 2014–2022 рр.*; набуття фахової соціогуманітарної компетентності випускниками освітніх закладів (гідів, екскурсіводів, організаторів туристичних подорожей, супроводжуючих осіб та управлінців, які забезпечуватимуть формування та реалізацію державної політики) на відповідність рівням глибокої обізнаності із мультикультурними, поліконфесійними, краснзнавчо-історичними, етнографічними, рекреаційними особливостями розвитку туристичних дестинацій; оволодіння ними сучасними цифровими технологіями промоції туристичних ресурсів та ін.

В основу *соціальної парадигми* проекту Концепції покладено сукупність тісних вертикальних і горизонтальних соціальних контактах між туристами, надавачами послуг та органами влади, які на усіх рівнях управління сприяють задоволенню потреб *Homo viator* (особистості, яка змінюється та розвивається під впливом подорожей та формує ціннісне світосприйняття оточуючої дійсності в процесі туристичних практик).

Важливою є мультисоціальна сутність туризму, що відображається в соціальній активності й соціальній мобільності як споживача, так і надавача туристичних послуг упродовж життя; в створенні належних умов праці для прозорого ведення туристичного бізнесу, виведення з тіні туристичних послуг, що надають суб'єкти туристичної діяльності; формуванні нових робочих місць; упровадженні інклюзивного підходу до задоволення потреб соціально уразливих верств населення; активізації їх туристичної мобільності тощо. Відтак, державне управління цими процесами належить до компетенцій органів державної влади та

органів місцевого самоврядування і має здійснюватися на засадах кооперації, кроссекторальної колаборації, публічно-приватного партнерства, інклюзії, соціальної відповідальності тощо в умовах сталого розвитку, що сприяє соціоекологоекономічним змінам у межах територій, пов'язаних із ефективним управлінням усіма видами ресурсів, які використовуються під час організації подорожей.

Для формування *інституціональної парадигми* важливо застосовувати третю модель державного управління сферою туризму, зокрема, через діяльність Державного агентства розвитку туризму України як центрального органу виконавчої влади, що координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури та інформаційної політики України з виокремленням чітких соціогуманітарних векторів реалізації державної політики, пов'язаних із охороною та промоцією національних туристичних ресурсів (природно-рекреаційних, етнографічних, історико-культурних, зокрема матеріальної та нематеріальної культурної спадщини, трудових, соціально-економічних тощо, а також окремих івент-подій) і формування на цій основі національного туристичного районування в межах адміністративно-територіальних одиниць країни; системне залучення громадських організацій у сфері туризму (Національної туристичної організації та її регіональних представництв, спілок підтримки розвитку різновидів туризму тощо) до процесів формування та реалізації державної політики у сфері туризму на багаторівневій основі; включення туристичних напрямів у діяльність структурних підрозділів органів виконавчої влади обласного та районного підпорядкування тощо.

Особливості впровадження *маркетингової парадигми* проекту Концепції пропонуємо здійснювати через максимально зручний для споживача й надавача туристичних послуг інструментарій задоволення туристичних потреб, що відповідає соціогуманітарній сутності державного маркетингу, який реалізується на концептуальній багаторівневій основі й спрямований на застосування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій для промоції та пропаганди подорожей Україною; формування національної бази даних туристичних брендів місцевості та вжиття заходів щодо їх обов'язкової промоції на вебресурсах органів державної влади та органів місцевого самоврядування, сувенірній продукції, об'єктах інформального просвітництва тощо; інформування туристів про безпечність подорожей Україною у повоєнний період; просування на

ринок нових туристичних продуктів, зорієнтованих на культивування історичних перемог, надбань матеріальної та нематеріальної культурної спадщини українського народу, інших національних цінностей та наративів; розширення можливостей транскордонної, внутрішньодержавної, міжрегіональної кроспромоції туристичних ресурсів місцевості; державно-приватну фінансову підтримку маркетингових стратегій промоції національних туристичних ресурсів; підготовку конкурентоспроможних фахівців сфери туризму та ін.

Економічна парадигма реалізації проекту Концепції формується в процесі комерціалізації туристичного продукту та «торгівлі враженнями» з «wow»-ефектами й активізує широке коло учасників до співвиробництва, кооперації, колаборації тощо як результат дії економіки вражень. Запропоновано здійснювати управлінське лідерство інституцій місцевих органів влади щодо об'єднання інтересів усіх стейкхолдерів; застосування сучасних форм співробітництва на кластерній основі; розроблення та реалізацію програм розвитку туризму і суміжних сфер, які впливають на формування позитивного туристичного образу, іміджу, брендингу, репутації території; формування, позиціонування та просування конкурентоспроможних локальних туристичних продуктів, які створюють додану вартість за рахунок емоційних соціопсихологогуманітарних атракторів; урахування інтересів різних соціальних та інклюзивних груп туристів у межах туристичної дестинації; збільшення терміну їх перебування у туристичних місцях як результат продовження ефекту враження за рахунок додаткових емоційних чинників (якісна туристична інфраструктура та сервіс; високий рівень локального туристичного патріотизму гідів-екскурсоводів, музейних працівників тощо; гостинність місцевих жителів; відсутність етнічних, соціальних, мовних бар'єрів; персоналізація та видовищність наданих послуг; екологізація туристичного простору та ін.); ужиття заходів щодо поглиблення туристичної інтелектуалізації відвідувачів, зорієнтованих на набуття нових знань та вражень про унікальні туристичні ресурси місцевості, її соціогуманітарну ідентичність; ментальний портрет видатних постатей; самобутні традиції тощо; розроблення та активна промоція календаря подієвих заходів місцевості; виокремлення ключових брендових подій; облаштування міських/сільських інформальних просторів (фотозон та інших атракторів) з елементами емоційної конкретизації міс-

цевості перебування; діджиталізація та віртуалізація туристичних маршрутів, послуг гостинності й інших суспільних сфер місцевості.

Базовими засадами *парадигми цифрової трансформації* в рамках проекту Концепції вбачаємо створення комплексної мультимедійної інформаційної платформи про національні туристичні ресурси на багаторівневій основі; формування стійкої уяви про туристичні регіони як унікальні території з локальними брендами; висвітлення такої інформації на вебресурсах місцевих органів влади з урахуванням потреб інклюзивних громадян; інвентаризація та оцифрування даних про національні, регіональні та локальні туристичні ресурси; використання смарт-послуг для створення комфортних умов подорожування Україною; впровадження електронних карток туриста, мобільних додатків для туристів із геолокацією, картами маршрутів, аудіо-гідами тощо; створення віртуальних турів; цифровізація музейного простору та запровадження електронних квитків на туристичні об'єкти, заклади дозвілля тощо.

Висновки і пропозиції. Представлений проєкт Концепції для національного туризму є інноваційною мультипарадигмальною теоретико-методологічною та практико орієнтованою платформою, зорієнтованою на людиноцентричний зміст формування та реалізації державної політики, що у синергії застосовує гуманітарну, соціальну, інституціональну, маркетингову, економічну, цифровізаційну парадигми соціогуманітарного розвитку сфери туризму.

Упровадження затвердженої відповідними органами влади Концепції сприятиме значному збільшенню кількості подорожуючих Україною вітчизняних туристів, підвищить рівень їх інтелектуалізації, цифрової грамотності та туристичної обізнаності; вплине на формування соціогуманітарної компетентності фахівців сфери туризму; сприятиме згуртованості громад навколо промоції локальних туристичних магнітів; приведе до змін інституціонального забезпечення державного управління сферою туризму на багаторівневій основі та ін.

Окреслені очікувані результати реалізації Концепції пропонується фінансувати за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів у межах асигнувань, що передбачаються на відповідний рік, міжнародної технічної та фінансової допомоги, благодійних фондів, інших незаборонених законодавством України, джерел.

Особливо актуальним бачиться застосування комплексного підходу до формування та реалізації

державної політики у сфері туризму (на засадах соціогуманітарного розвитку) із застосуванням правового, функціонально-організаційного, програмно-цільового, фінансово-економічного, соціально-психологічного та маркетингового механізмів.

З огляду на це, пропонуємо *державну політику у сфері туризму, що формується та реалізується на засадах соціогуманітарного розвитку*, розглядати як динамічний процес, що здійснюватиметься на багаторівневій основі, й корегуватиметься та впроваджуватиметься через комплекс заходів організаційного, правового, методичного, інструктивного, технологічного характеру та їх

впливу на сфери освіти, науки, культури, духовності, а також суспільну та громадянську свідомість населення країни, яке споживатиме та надаватиме туристичні послуги [4].

Переконані, що у повоєнний період саме соціогуманітарний вектор розвитку туризму в Україні буде здатен забезпечити можливі інтеграційні процеси впливу туризму на освітні, культурні, політичні, соціальні зміни в суспільстві й стане драйвером соціогуманітарного та економічного розвитку територій та інструментом переформування суспільної свідомості у бік ґрунтовної туристичної україноцентричності і матиме перспективу подальших наукових досліджень.

Список літератури:

1. Андрушків Б., Кирич Н., Мельник Л., Погайдак О., Шерстюк Р. Соціогуманітарний інструментарій підвищення ефективності гермінативного розвитку адміністративно-територіальної одиниці. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. Вип. 1(20). С. 141–152.
2. Гаврилюк А. М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір : монографія. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2020. 428 с.
3. Гаврилюк А. М. Концептуалізація соціогуманітарних засад державної політики у сфері туризму в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*, 2021. № 4(2). С. 114–124. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249688>
4. Гаврилюк А. М. Соціогуманітарні засади формування та реалізації державної політики у сфері туризму в Україні : автореф. дис. ... докт. наук держ. упр. : 25.00.02. Київ, 2021. 40 с.
5. Державна політика в соціогуманітарній сфері : навч. посіб. / за заг. ред. О. Ю. Оболенського [та ін.]. Київ : Вид-во НАДУ, 2007. 96 с.
6. Куценко В. І. Соціальний вектор економічного розвитку : монографія / під наук. ред. Б. М. Данилишина. Київ : НВЦ «Видавництво “Наукова думка”», 2010. 736 с.
7. Максимчук М. Інституційне забезпечення соціогуманітарного розвитку регіонів України. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2006. № 2. С. 126–135.
8. Москаленко С. О. Завдання держави щодо формування єдиного соціогуманітарного простору України в сучасних умовах. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*. 2013. Вип. 2. С. 3–15.
9. Носик О. М. Соціогуманітарний вектор відтворення людського капіталу інноваційного розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2016. Вип. 16. Ч. 2. С. 17–20.
10. Петренко К. В. Соціогуманітарний розвиток регіонів України: оцінка та напрями зменшення диспропорцій. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2011. № 12(127). С. 174–177.
11. Петрос О. М. Основні напрями вдосконалення державного управління соціогуманітарним розвитком на регіональному рівні. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2014. № 2. С. 69–73.
12. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 28.06.2022).
13. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. №168-р. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення 28.06.2022).
14. Про туризм : Закон України станом на 15.01.2015 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 28.06.2022).
15. Ревко А. М. Соціогуманітарний простір та його вплив на розвиток регіональних господарських систем : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Чернігів, 2020. 39 с.
16. Чернюк Л. Г., Пепа Т. В. Системна трансформація соціогуманітарного простору та її прояв як регулятора структури продуктивних сил. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія : Економічні науки*. 2013. № 4(81). С. 296–308.

Havryliuk A. M. THE CONCEPT OF A NATIONAL MODEL FOR THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF STATE POLICY IN THE SPHERE OF TOURISM IN UKRAINE (BASED ON SOCIO-HUMANITARIAN DEVELOPMENT): A MULTI-PARADIGM APPROACH

The article substantiates the relevance and perspective of using a multi-paradigm approach to the development of the national sphere of tourism in Ukraine in the post-war period. The results of the author's development of the Concept project of the national model of the formation and implementation of state policy in the field of tourism in Ukraine (based on socio-humanitarian development) are presented – further – the Concept project.

The toolkit for the application of humanitarian, social, institutional, marketing, economic, digitalization paradigms as a set of measures and actions of state institutions in cooperation with a wide range of stakeholders covering ideological, strategic, and technological vectors of the development of national tourism is presented.

It has been proven that the priority goal of the implementation of the Concept project in the post-war period should be oriented towards the social and humanitarian development of the subjects and objects of its implementation: persons who will travel (Homo viators), persons who will provide tourist services, and territories that will host tourists and will receive social, humanitarian, and economic benefits from such activities based on sustainable development.

It is emphasized that the presented step-by-step toolkit for the implementation of the Concept project is a matrix and dynamic reference point for the socio-humanitarian development of the sphere of national tourism, which can adapt to real circumstances. The author's interpretation of the essence of state policy in the field of tourism is presented, which will be formed and implemented on the basis of socio-humanitarian development as a dynamic process that will be carried out on a multi-level basis, and will be adjusted and implemented through a set of measures of an organizational, legal, methodical, instructional, technological nature and will affect the spheres of education, science, culture, spirituality, as well as social and civic consciousness of the country's population, which will consume and provide tourist services.

The need to develop and apply legal, functional-organizational, program-target, financial-economic, social-psychological, and marketing mechanisms for implementing the Concept project is emphasized.

Key words: *sphere of tourism, socio-humanitarian principles, concept, state policy, post-war development of tourism.*