

УДК 338.48:316.47

Карпенко Ю. В., к.е.н.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

### **ТУРИЗМ ЯК ФОРМА РОЗВ'ЯЗАННЯ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ СУМІСНО-РОЗДІЛЕНИХ ВІДНОСИН: МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ АСПЕКТИ<sup>1</sup>**

У публікації вперше в комплексі викладені результати аналізу механізмів розвитку сфери туризму через призму понять мораль і економіка, що відповідає сутності та принципам побудови сучасного розділено-спільного світу. Обґрунтовано, що феномен туризму являє собою форму розв'язання суперечностей сумісно-розділених відносин.

**Ключові слова:** туризм, сфера туризму, сумісно-розділені відносини, суперечності, вигода, користь, мораль, свобода вибору, свобода пересування, толерантність, обов'язок, відповідальність, справедливість, модернізація.

Карпенко Іу.

### **TOURISM AS A FORM OF CONFLICT RESOLUTION CO-DIVISION OF RELATIONS: MORAL AND ETHICAL ASPECTS**

In the publication for the first time in the complex the results of the analysis of the mechanisms for the development of tourism through the prism of the concepts of morality and economy, which corresponds to the essence and principles of construction of the modern divided-General of the world. It is proved that the phenomenon of tourism is a form of conflict resolution jointly divided relations.

**Key words:** tourism, tourism, jointly divided relations, contradictions, benefits, benefits, morality, freedom of choice, freedom of movement, tolerance, duty, responsibility, justice, modernization.

Карпенко Ю.В.

### **ТУРИЗМ КАК ФОРМА РАЗРЕШЕНИЯ ПРОТИВОРЕЧИЙ СОВМЕСТНО-РАЗДЕЛЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ: МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

В публикации впервые в комплексе изложены результаты анализа механизмов развития сферы туризма через призму понятий морали и экономика, что соответствует сущности и принципам построения современного разделенно-общего мира. Обосновано, что феномен туризма представляет собой форму разрешения противоречий совместно-разделенных отношений.

**Ключевые слова:** туризм, сфера туризма, совместно-разделенные отношения, противоречия, выгода, польза, мораль, свобода выбора, свобода передвижения, толерантность, обязательство, ответственность, справедливость, модернизация.

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Спільно-розділена праця як вихідне економічне відношення, розвиваючись через взаємодію своїх сторін (спільності і роздільності), досягає такого стану, коли весь світ можна охарактеризувати як розділено-спільний, а найбільш адекватною сучасною формою його існування є суперечлива єдність глобалізації та локалізації. Зараз відносини спільності за допомогою інформаційно-мережних і фінансових механізмів переросли кордони національних держав і набули форму глобалізації, а відносини роздільності набули форму просторово-країнової локалізації матеріальних і трудових ресурсів, нездатних переміщуватися в просторі зі швидкістю фінансових потоків і електронних платежів. Безпосереднім стиком, з'єднанням, тотожністю спільного і розділеного, індивідуального і суспільного в спільно-розділеній економічній діяльності є інститути, що втілюють у собі загальне в індивідуальній поведінці людей (формування правил і норм – перехід від

---

<sup>1</sup> Стаття підготовлена в межах науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (держ. реєстр. номер 0117U004715).

індивідуального до загального) і втілювані в цій поведінці (підпорядкування правилам і нормам – перехід від загального до індивідуального) [1, с. 20, 25–26]. Соціальний економічний інститут туризму є соціально-культурною платформою інтеграції образів, ціннісних орієнтирів, норм, ролей, статусів, пріоритетів, установок туризму, їх транслювання і закріплення для отримання оптимального результату функціонування механізму взаємодії економічних потреб та інтересів суспільства. Діяльність даного інституту спрямована на структурування та координацію економічних відносин з метою забезпечення їх ефективності, досягнення основних суспільно-політичних цілей, єдності і згоди в поглядах, зниження невизначеності у взаємовідносинах, сприяння подоланню конфліктів і розв'язання суперечностей розвитку економіки, де моральні принципи складають основу його функціонування.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Фундаментальну основу в сфері сумісно-розділених відносин була закладено в роботах А. Гриценка, зокрема в нових дослідженнях [1–3] науковець акцентує свою увагу на питаннях дослідження політичної економії розділено-спільного світу, спільно-розділеної праці як її вихідної категорії та не залишає поза увагою проблеми інституційної трансформації соціально-економічної системи України. Аспекти визначення моралі як основи життєдіяльності суспільства, аргументування точок дотику між мораллю і економікою, користю висвітлені у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Р. Апресяна, А. Гусейнова, В. Ібрагімової, Х. Цзян, І. Чаплигіної, Н. Шип [4–9]. Особливий зріз соціально-філософського аналізу феномену туризму з різних позицій його інтерпретації та впливів історичних, трансформаційних процесів представлено у дослідженнях Л. Божко, М. Будько, А. Галіздри, Г. Гарбар, Ю. Зеленьок, О. Лойко, Л. Опейди, В. Пазенка, Г. Скліяра та ін. [10–20]. Наявні доробки хоча і охоплюють широке коло питань, однак не аргументують тезу щодо принципів побудови сучасного спільно-розділеного світу та місця у ньому феномену туризму як однієї з форм розв'язання суперечностей його розвитку, яка ми вважаємо, займає важливе місце в окресленій науковій проблемі.

**Цілі статті.** Метою статті є обґрунтування туризму як форми розв'язання суперечностей сумісно-розділених відносин за допомогою аналізу його етичного виміру крізь призму основних моральних понять.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Філософсько-світоглядний підхід до туризму переконує, що цей вид суспільної, групової та індивідуальної діяльності істотно сприяє справі об'єднання людей, комунікації та соціалізації особистостей на основі їх ознайомлення з цінностями вітчизняної та світової культури, опанування і розповсюдження загальнолюдських етичних цінностей в дусі їх розуміння і поваги [19, с. 7]. Отже, коли йдеться про етичний вимір туризму, то його розглядають крізь призму основних моральних понять.

По-перше, розгляд будь-якого економічного питання з моральної точки зору приводить до проблеми добра і зла, вигоди і користі, які привертають увагу філософів та економістів.

Моральна свідомість, моральне начало, уявлення про добро і зло – невід'ємна складова людської природи, якісна характеристика людини Розумної, активного, діяльного, вольового суб'єкта, здатного осмислено ставитися до себе, до інших, навколишньої дійсності, нести відповідальність за свою поведінку, дії і вчинки. <...> поняття моралі як форми суспільної свідомості, всередині якої вчинки, події розглядається і оцінюється під кутом зору особливих критеріїв добра і зла, як специфічна форма усвідомлення людиною дійсності і самої себе, як особливого виду духовної діяльності людей, що припускає наявність таких складних психічних утворень, як совість, почуття морального обов'язку, понять про добро, зло і справедливість [6, с. 1245–1246]. Однією з характерних рис моральної свідомості є те, що вона формує моральну практику, а через неї базис (систему економічних відносин) і надбудову

(систему соціально-духовних відносин) суспільства. А. Гусейнов стверджує, що мораль і економіка є категоріями практики як свідомої (цілеспрямованої) діяльності людини, які являють собою два її протилежних полюси. Якщо взагалі практика як специфічний людський спосіб буття в світі є єдність волі і необхідності, то мораль є граничною точкою полюса свободи, а економіка – необхідності. Мораль виражає спочатку задане шанобливе ставлення людей один до одного, безумовне визнання їх людської гідності як автономних суб'єктів. У світі цілей і цінностей вона претендує на роль останньої точки відліку, свого роду вищої апеляційної інстанції. Економіка ж позначає інший полюс – полюс залежності від інших, надає відносинам людей речовий характер. Таке розуміння цілком відповідає усталеним уявленням, згідно з якими мораль асоціюється з безкорисливістю, а економіка – з користю. Питання про вплив моралі на економіку і випробовуванім нею зворотнім впливом з боку останньої може бути конкретизований і поділено на три аспекти: обмеження, які мораль накладає на господарсько-економічну діяльність; місце економіки в системі ціннісних пріоритетів; відповідність відносин між людьми, що складається в процесі господарсько-економічної діяльності, моральні критерії [5, с. 152, 155, 157]. Протидію злу силою в економіці, на думку Г. Скляра, слід розглядати не як припинення розвитку тих економічних відносин, які спричиняють поширення зла, а як одночасний усвідомлений генезис економічних відносин і механізмів, що формують сферу суспільної організації, заснованої на цінностях добра, і саме цим, у свою чергу, створюють економічні умови для моральної протидії [20, с. 50].

На наш погляд, в сучасних умовах розвитку суспільства, туризм, як масове явище, феномен сучасної цивілізації, може стати тим механізмом протидії добра злу, що сформувався в суспільстві для розв'язання суперечностей сумісно-розділених відносин в економіці. Однак, як зазначає з даного питання український філософ, провідний фахівець в галузі туризмології В. Пазенок: основою праксеологічного опанування дійсності, зокрема засобами туризму, є прагматизм як метод зосереджений на конкретності, фактах, вчинках (користь!). Однією з основних праксеологічних функцій туризму є підприємницька. Бізнесова, економічна доцільність, її еквіваленти (гроші, прибуток, корисність) стали головним стимулом цілеспрямованої активності туристичного підприємства, компанії, фірми. Суперечністю праксеології загалом і туризму зокрема є протистояння між прагмою (вигодою, користю) як метою діяльності та мораллю як «обмежувачем», стримувачем користолюбства [18, с. 57]. Цікавий погляд на дану проблему має російський філософ Р. Апресян, сферою наукових інтересів якого є теорія і генеалогія моралі, нормативна та прикладна етика, філософсько-етичні проблеми життя. Він зазначає, що користь являє позитивну цінність, в основі якої лежать інтереси, тобто відносини людини (або будь-якого іншого соціального суб'єкта) до різних об'єктів, освоєння яких дозволяє йому зберігати і підвищувати свій соціальний, економічний, політичний, професійний, культурний статус. Оскільки інтереси виражаються в цілях, які людина переслідує в своїй діяльності, то користь можна визначити як характеристику засобів, придатних для досягнення заданої мети. Поняття вигода» треба особливо обумовити, його не потрібно ототожнювати з поняттям «користь». Різницю між цими поняттями можна виявити: якщо користь визначається у відношенні до будь-чийх інтересів, то внутрішні значення цього поняття розрізняються за належністю і характером інтересів, задоволення яких передбачається в якості мети. З'ясування соціального сенсу прагматизму, а в більш широкому плані – соціального простору, в якому не просто стверджує себе принцип користі, але яке немислиме без принципу користі, а саме, простору реалізації, переплетення і зіткнення приватних інтересів, дозволяє інакше поглянути на співвідношення моральності і корисності. Якщо не змішувати користь з вигодою <...>, принцип користі постає як важливий механізм гармонізації приватних інтересів, більш того, такої їх синергетизації, яка гарантує наближення до задоволення загального інтересу, тобто до загального блага [4, с. 198–200, 236]. А. Галіздра стверджує, що функціонування масового туризму здійснюється як практика культури споживання і додає, що однією з економічних характеристик

особливостей туристського споживання, що представляє інтерес, в даному контексті, з боку соціально-філософської деталізації є наступна особливість: гранична корисність продукту з позицій самого туриста, країни його постійного проживання, країни, в яку турист приїхав, і з точки зору ринку різна. Граничні корисності у даних суб'єктів диференційовані і якісно, і кількісно. Різні також рівні корисності туристських послуг з точки зору соціуму, туриста і ринку при внутрішньому і в'їзному туризмі [12, с. 9]. Все це підтверджує наше припущення про сумісно-розділений характер відносин сучасної економіки, зокрема розвитку сфери туризму, що є методологічним підґрунтям визначення та формування відповідних механізмів взаємозв'язку економічних і моральних категорій.

По-друге, розгляд етичного виміру людського буття, зокрема і феномену туризму, буде не повним без осмислення понять, які характеризують моральну самосвідомість, а саме совість, честь і гідність людини, обов'язок, розкаяння тощо.

Безумовно, що людська діяльність, за своєю сутністю, переслідує прагнення до вигоди, це необхідна умова для самого існування людства. Однак в той же час людство живе в світі сенсів, існування яких є особливе людське буття, тобто «життя». У процесі створення життєвих сенсів людина не просто копіює самого себе з покоління в покоління, а стає «рабом вигоди», всіляко прагнучи до неї, отримуючи задоволення від визнання своїх досягнень іншими людьми на тлі загального прагнення до вигоди і безперервно вибираючи все нові способи отримання вигоди і погодившись при цьому з вимогами моралі. Вигода є засобом і змістом моралі. Отримання особистих благ, матеріальних та інших, сприяє дотриманню моральних норм і лежить в основі їх змісту. Тільки коли вигода вбирається в прийнятні для людей і суспільства форми, вона отримує моральну цінність в дійсному сенсі. Мораль не знаходиться в залежному становищі від вигоди, вона впливає на матеріальний світ. Мораль створює умови і сприяє отриманню вигоди. Довготривалі вигоди людини і суспільства залежать, в свою чергу, від упорядкування поведінки всіх членів соціуму за рахунок законів і постанов, а також за рахунок створення прикладів моральності і ставлення до моралі як вічного регулятора поведінки і стимулятора самодисципліни і самовдосконалення, що відповідає концепції людяності і гідності [7, с. 79]. В сфері туризму таким основним документом правового регулювання, що являє собою всеосяжний звід основоположних принципів діяльності та норм моралі, є Глобальний етичний кодекс туризму [21] прийнятий Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристської організації (ЮНВТО). Прагнучи надати державам-членам допомогу в досягненні Цілей розвитку тисячоліття та в діяльності за програмою «Єдина Організація Об'єднаних Націй», ЮНВТО в більшості випадків прямо або опосередковано веде роботу у відповідності до даного кодексу туризму і його принципів. Такі питання, як зміна клімату, біорізноманіття, скорочення бідності, захист уразливих груп населення, економічна і соціальна стійкість розвитку туризму, розширення прав і можливостей місцевих і корінних громад, доступ до освіти, навчання і гідної зайнятості, так само як і відповідальна ділова практика в секторі туризму, є найважливіші області діяльності для ЮНВТО, її членів та зацікавлених суб'єктів сектора туризму. Як такий Глобальний етичний кодекс туризму відіграє визначальну роль в пропаганді і розвитку стійких форм туризму, заснованих на етичних принципах [22, с. 14]. Значущість туризму як унікального суспільного явища і соціального економічного інституту, який має вплив практично на всі сфери людського буття, вплинула і на розвиток процесів міжнародно-правового регулювання в даній сфері. Так, на 17-му засіданні Всесвітнього комітету з етики туризму, яке відбулося 26-27 квітня 2016 р. в штаб-квартирі ЮНВТО (м. Мадрид) відбулася зміна статусу даного документу з рекомендаційного, який не мав обов'язкової юридичної сили, на міжнародну конвенцію, що регулює відносини між суб'єктами міжнародного права через створення відповідних прав та обов'язків. Як зазначив з цього приводу Генеральний секретар ЮНВТО Т. Ріфаї: це є важливим кроком у забезпеченні того, щоб розвиток туризму став силою добра і миру в наших суспільствах і до цього повинні прагнути всі держави-члени ЮНВТО, ця подія сприятиме створенню більш

відкритої і більш справедливої моделі розвитку країн. Слід також додати, що одним з ключових моментів, невідомою частиною процесу розвитку моральної свідомості є духовність особистості, яка включає також принципи вселюдської моральності. Стрижнем духовності є здатність до любові, милосердя, добра, співчуття, серед яких любов є головною Божественною якістю і показником духовності. Неписані моральні норми є мірилом самооцінки індивіда. Мораль пронизує всі сфери суспільного життя й оцінює не лише дії, вчинки, а й мотиви, прагнення і цілі. Стан моральності в суспільстві залежить від багатьох факторів, зокрема, соціально-економічного розвитку, освіти, культури. В основі людської моралі лежить усвідомлення особою, що можна робити і чого не можна, тобто внутрішній моральний закон, який складається з розуму і совісті [9, с. 76, 79].

По-третє, розглянемо моральні виміри спілкування які мають непересічне значення в соціально-економічній природі туризму, а саме ключові поняття які формують дану категорію: толерантність, повага, милосердя, співчуття тощо. З перелічених понять ключовим на наш погляд, є толерантність – це повага, прийняття і правильне розуміння багатого різноманіття культур нашого світу, наших форм самовираження і способів проявів людської індивідуальності [23]. Саме сфера туризму на даний момент є одним з найбільш ефективних інструментів виховання толерантності, забезпечення міжетнічного діалогу та досягнення згоди, формування сучасних моделей і технологій міжкультурних комунікацій в умовах сталого розвитку суспільства. Однак, як відзначає Т. Лойко, ключові позиції при інтерпретації сталого розвитку (економічне зростання і добробут; збереження і обмеженість ресурсів, капіталу; можливості технологій; розуміння ролі природи і її прав на існування, відмінних від людини тощо) в певній мірі суперечать один одному. Одночасно саме виявлені суперечності сприяють розумінню всієї глибини проблеми сталого розвитку, в якій саме сталий туризм здатний продемонструвати новий погляд на буття і розвиток сучасного суспільства. Все викладене вище відображає технологічний стан сталого розвитку, але тільки лише констатація фактів негативного впливу на навколишню природу не дає відповіді на питання про те, що може зробити туризм стійким і, одночасно, що формує толерантність як невід'ємну складову соціального процесу. Так, на зміну питань технологій приходить філософське осмислення проблеми. Філософія толерантності в процесі подолання ксенофобії до Іншого впливає з необхідності розробки варіантів теоретичного і практичного вирішення проблеми – принципову можливість співіснування в єдиному соціокультурному просторі різних соціальних спільнот, соціальних груп і окремих особистостей. Заявлена проблема виступає наслідком комплексу протиріч: між все більш стислим хронотопом буття людини (людство як глобальне село) і прагненням особистості до персоніфікації власного Я; між толерантністю, найчастіше вимушеною і незрозумілою для приймаючої сторони, і необхідністю прийняття чужого, поза реальними (або політично надуманими) фобіями [16, с. 107]. Важливою, на наш погляд, є теза Ю. Зеленюк [15, с. 25], що туризм – це форма культурної діяльності, зорієнтована на безпосереднє, позитивне й толерантне сприйняття Іншого в його середовищі. Йдучи за цими вимогами, які вкладаються в русло толерантності, туризм може демонструвати суб'єктові як свої міжнародні об'єкти, що належать до світової культурної спадщини, так і внутрішньодержавні, що досі були недоступні суб'єктові. За своєю сутністю, туризм як культурно-масова діяльність робить доступною для масової культури форми народної культури та світогляду, а також поширює форми елітарної культури, включаючи переосмислення та взаємодію в соціумі різних форм культури. Крім того, туризм забезпечує рецепцію цих культурних форм суб'єктами на загальних підставах на позитивне толерантне сприйняття їх як культурних репрезентацій Іншого, що забезпечує їх позитивне сприйняття й поширення в суспільстві.

Досліджуючи туризм в контексті масової культури Г. Гарбар наголошує, що парадигма складності і безмежного розмаїття культур є сучасним виміром культури і відповідає реаліям сьогодення, в якому існують туристичні практики. Зараз багато

Йдеться про глобалізацію як тенденцію в різних сферах соціокультурного буття людства. Всі ці процеси цілком природні сучасному світові, який все більше й більше інтенсифікує комунікативні, виробничі та інші процеси свого розвитку. Але це інколи дуже шкідливо позначається на тих культурних цінностях, які не потребують нівеляції й будь-якої універсалізації та адаптації. Оскільки глобальна культура може утворювати нові культурні цінності або змінювати існуючі, вона може сприяти зникненню національно-культурних ідентичностей різних народів. Найсерйозніша проблема – це не просто експансія глобальної культури, а руйнація нею національних ідентичностей народів [14, с. 143]. Схожий погляд на дану проблему має В. Пазенок, який стверджує, що туризму, як і будь-якому соціальному явищу, притаманні внутрішні суперечності, частина яких має антиномічний характер: між тенденцією демократизації суспільного життя та елітаризацією готельних, екскурсійних послуг; між інтернаціоналізацією туристських зв'язків і певною національною відмежованістю окремих регіонів розташування туристських центрів; між зростанням туристських потоків та обмеженістю зон-атракторів у їх прийомі тощо. Не можна не зважати на те, що універсалізація туризму, його глобалізація відчутно девальвують самотні національні культури. Насаджуючи стандарти масового туристського ринку, безвідповідальні організатори спричиняють втрату унікальних культурних зразків, сприяють створенню штучних культурних артефактів, які набувають відверто комерційного або маскарадного, карнавального характеру [18, с. 58–59]. Тобто, переваги інтернаціоналізації світової економіки можуть бути нівельовані іншими глобальними ризиками та небезпеками, додатковими викликами та невизначеністю, які виникають у разі неефективної господарської діяльності або формуються під впливом прагматичних інтересів суб'єктів туристичного бізнесу.

По-четверте, розгляд економічного питання з моральної точки зору в сфері туризму буде не повним без висвітлення питань свободи вибору, як основної моральної якості та свободи пересування, як природного наслідку права людини на працю.

Серед фундаментальних ідей, які утворили концептуальну основу філософської рефлексії туризму, зазначає Л. Опейда, є ідея за якою саме в подорожі реалізується така визначальна характеристика людини, як тяжіння до свободи. Прагнення вирватися з рутинного, буденного буття, зустрітися з незвичайним, цікавим – одна із сутнісних ознак філософського розуміння туризму й подорожі [17, с. 45]. У сучасній цивілізації не існує раціонального споживача, що самостійно здійснює свій вибір. Індивідуальний, продиктований реальними потребами вибір ілюзорний – він продиктований самою структурою суспільства споживання, що надає значення не предметам, а абстрактним цінностям, тотожним відчуженим від них знакам, стверджує Л. Божко. Як зазначає науковець: в основі вибору товару лежить прагнення до соціальної відмінності, а оскільки підтримка таких відмінностей є життєвою умовою існування сучасної цивілізації, потреба завжди залишається незадоволеною. Соціальна забезпеченість, «щастя» стають імперативами суспільства споживання, яке не заохочує пасивність і економність, оскільки за ними настає втрата споживчої спроможності [10, с. 179]. М. Будько при цьому наголошує, що туризм тісно пов'язаний з соціокультурним розвитком суспільства, ціннісними пріоритетами та орієнтирами соціуму. Духовне життя сучасного суспільства не має єдиного кореня, і пошук його ідеалів також зведений до особистісних експериментів при максимальних можливостях експериментування з різними соціальними ролями, просторовими переміщеннями в пошуках самоідентифікації. Масовий туризм є значущим соціальним процесом, важливість впливу якого до останнього часу не здавалася настільки очевидною. Поряд з мобільними технологіями сучасності, він свідчить про перетворення практики комунікації «в русі». Сьогодні масовий туризм маркує процес створення культури: вивчення мобільності, рухливості практик постмодерну, те, що не вкладається в фіксовані «контейнери» соціальних груп, мейнстріму і субкультур. Туризм виступає сьогодні як сигніфікативна модальність соціокультурних змін, вбираючи в механізм функціонування такі

характеристики соціокультурної реальності, як мобільність, віртуальність, візуальність, акцентування споживчих пріоритетів [11, с. 479–480]. Таким чином, феномен туризму є суперечливе за своїм змістом явище: з одного боку, туризм передбачає свободу – свободу вибору, свободу пересування, свободу обирати з усього різноманіття соціокультурного побуту людства і долучатися до нього. З іншого боку, глобальна туристська експансія ставить питання про загрозу зміни орієнтирів ідентичності, найбільш небезпечним наслідком є ризик втрати ідентичності, що тягне за собою ціннісну деструкцію, неузгодженість цінностей, а також конструювання штучної ідентичності простору на основі соціальних стереотипів феномена туризму [13, с. 21–22].

Отже, викладене вище дозволяє виокремити ознаки феномену туризму як форми сумісно-розділеної діяльності (рис. 1).

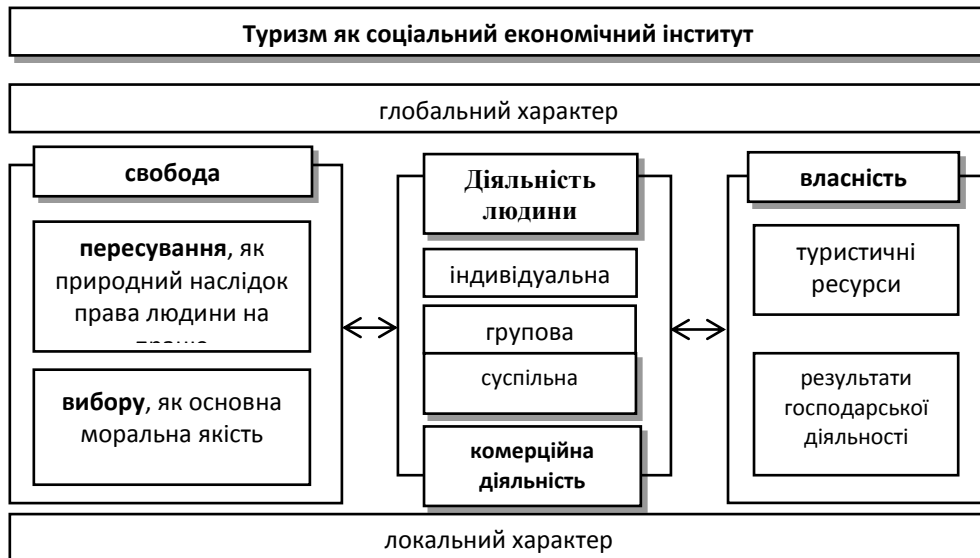


Рис. 1. Туризм як форма сумісно-розділеної діяльності [авторська розробка]

Як свідчать дані рис. 1, розвиток відносин роздільності та сумісності феномену туризму втілюється в наступних явищах і процесах які мають глобальний і локальний (регіональний) характер – відносини роздільності та відносини сумісності – глокалізація (адаптація локального продукту для сприйняття та просування на глобальному ринку):

– свобода пересування, як природний наслідок права людини на працю та свобода вибору як основна моральна якість, права власників економічних ресурсів обирати для себе вид господарської діяльності;

– при взаємодії окремих особистостей народжується групова діяльність як результуюча всіх форм індивідуальної діяльності людини. У взаємодії форм групової діяльності народжується суспільна діяльність, але незважаючи на це комерційна діяльність є одним з найважливіших чинників забезпечення ефективного функціонування економічної системи;

– власність, як форма сумісно-розділеного привласнення умов (туристичних ресурсів) і результатів господарської діяльності.

Усі суперечності сумісно-розділеної діяльності туризму, зазвичай засновані на проблемах що характеризують інтереси даної сфери й території та мають соціально-економічну природу. До антиномічних суперечностей соціокультурного характеру зазвичай відносять такі: 1) задоволення попиту – раціональне використання культурно-історичних ресурсів; 2) культурна деградація території – відсутність гарантій збереження і цілісності культурно-історичних ресурсів; 3) надмірні комерційні інтереси – втрата національної, культурно-історичної самобутності території; 4) соціальні проблеми суспільства породжені моральною кризою сучасної культури – посилення

заходів безпеки і захисту туристів тощо). До суперечностей соціально-екологічного характеру відповідно зазвичай відносять: 1) задоволення туристичного попиту – раціональне використання природних ресурсів; 2) біорізноманіття туризму – збереження довкілля; 3) розвиток сфери туризму – зростання антропогенного навантаження на рекреаційні території, зміна клімату тощо. На думку В. Варениці, існують дві протилежні моделі вирішення соціальних суперечностей: формаційна, в межах якої превалює підхід, за яким інтереси суб'єктів соціальних відносин настільки суперечливі, що їх реалізація можлива лише через конфронтацію, шляхом соціальної ліквідації протилежної сторони; еволюційно-консенсусна – припускає співпрацю між соціальними суб'єктами, визнаючи те, що суперечності не бувають нерозв'язними, абсолютними, а отже, існують можливості узгодження інтересів, досягнення потенційної згоди [24, с. 192].

Найпростішою з економічних суперечностей є суперечність елементарного відношення власності, яка в один і той же час є привласненням і відчуженням, найскладнішим – протиріччя закону руху економічної системи. Керуючись цим критерієм, І. Смірнов запропонував таку їх класифікацію:

- суперечності основи економічної системи, суперечності-похідні, суперечності результату руху економічної системи;
- суперечності трудових, технологічних відносин, продуктивних і споживчих сил, виробничих відносин, способу виробництва та господарювання;
- суперечності всередині економічних явищ і між ними, суперечності сутності і дійсності економічних явищ;
- суперечності самоцілі економічної систем [25, с. 33].

Прикладами суперечностей економічно-організаційного характеру в сфері туризму є інерційність розміщення національного багатства – зростаюча динамічність продуктивних сил суспільства; наявність рекреаційного потенціалу – відсутність постійних міжнародних туристичних зв'язків через відсутність інформації про стан ринку та сервіс; ціна обслуговування – якість обслуговування тощо. Розв'язання даних суперечностей базується на попередніх моделях на основі пошуку шляхів їх узгодження, регулювання взаємин між суб'єктами відносин та формування компромісних варіантів усунення дисгармонії та подолання конфліктів між ними.

Це ще раз підтверджує тезу, що феномен туризму повністю відповідає сутності сучасного розділено-спільного світу та принципам його побудови, а саме: 1) врахування рефлексивності відносин; 2) розділено-спільного суверенітету; 3) взаємовизнання прав на особливості поведінки (країн, регіонів, соціальних груп та ін.) і наявності загальних обмежень; 4) компромісу як головного засобу вирішення суперечностей; 5) розділено-спільної відповідальності; 6) мирного співіснування; 7) заперечення розділено-спільного існування [1, с. 27–28].

**Висновки.** Враховуючи вище викладене, можна стверджувати, що туризм це форма розв'язання суперечностей сумісно-розділених відносин глобального характеру, що в результаті модернізаційних процесів набула форми соціального економічного інституту, який сприяє закріпленню і відтворенню важливих для суспільства соціальних відносин, а також стійкості системи у всіх основних сферах її життєдіяльності. Туризм є засобом попередження виникнення конфліктів, подолання дисгармоній, досягнення гармонії в суспільстві за допомогою досягнення компромісу між мораллю і вигодою, що запускає, підтримує ефективне функціонування механізму суспільного розвитку. Розв'язання економічних суперечностей передбачає підвищення ефективності господарської діяльності суб'єктів ринку сфери туризму; суперечностей соціокультурного характеру – загальнокультурний прогрес як еволюційну трансформацію; суперечностей соціально-екологічного характеру – розвиток природно-ресурсного потенціалу, удосконаленні його інфраструктури, що має сприяти зменшенню антропогенного навантаження на довкілля.

#### Список використаних джерел:

1. Гриценко А. Політична економія розділено-спільного світу: історія і сучасність / А. Гриценко // Економічна теорія.



- 2015. – № 3. – С. 14–29.
2. Гриценко А. А. Современный кризис в контексте логики социально-экономического развития / А. А. Гриценко // Экономика Украины. – 2015. – № 6 (635). – С. 18–37.
3. Інституційні трансформації соціально-економічної системи України: монографія / за ред. чл.-кор. НАН України А. А. Гриценко. – Київ: НАН України, ДУ «Інститут економ. та прогнозування НАН України», 2015. – 344 с.
4. Апресян Р. Г. Идея морали и базовые нормативно-этические проблемы. – Москва: Ин-т философии РАН, 1995. – 353 с.
5. Гусейнов А. А. Мораль и экономика: линии взаимодействия / А. А. Гусейнов // Ведомости прикладной этики. – 2015. – № 47. – С. 152–167.
6. Ибрагимова В. Р. Мораль как социальный феномен: духовная природа и общественные функции / В. Р. Ибрагимова, А. Я. Фаткуллина // Вестник Башкирского университета. – 2010. – № 4. – Т. 15. – С. 1245–1252.
7. Цзян Хонбо Размышление о соотношении концептов «мораль» и «выгода» в современной китайской философии / Хонбо Цзян, Юнкуй Чжен // Философские науки. – 2015. – № 1. – С. 76–85.
8. Чаплыгина И. Г. Мораль как экономическая категория / И. Г. Чаплыгина // Междисциплинарные исследования экономики и общества: Ежегодная научная конференция Новой экономической ассоциации; Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, Экономический факультет; 10-11 декабря 2013 г.: сборник статей / Под ред. А. А. Аузана, П. А. Минакира, Л. А. Тугова. – Москва: МАКС Пресс, 2014. – 336 с.
9. Шип Н. А. Мораль і бізнес: Духовні орієнтири майбутнього підприємця / Н. А. Шип. – Київ: Видавництво ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2011. – 132 с.
10. Божко Л. Д. Проблеми інтерпретації туризму як феномена масової культури: друга половина ХХ – початок ХХІ ст. / Л. Д. Божко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2013. – № 2. – С. 176–181.
11. Будько Н. А. Туризм как сигнификативная модальность социокультурных изменений / М. Будько // Niegówności społeczne a wzrost gospodarczy. – 2010. – Z. 16. – S. 468–481.
12. Гализдра А. С. Потребление туристских услуг: социально-философский аспект / А. С. Гализдра // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – Вып. 2. – Т. 8. – С. 7–11.
13. Гализдра А. С. Феномен туризма: социально-философский анализ: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 09.00.11 «Социальная философия по философским наукам» / А. С. Гализдра. – Саратов, 2006. – 22 с.
14. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури / Г. А. Гарбар // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2014. – № 56. – С. 140–148.
15. Зеленюк Ю. О. Туризм як генератор комунікації культур / Ю. О. Зеленюк // СВІТ соціальних комунікацій: наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 10. – Київ: КИМУ, ДонНУ, КПУ, 2013. – С. 23–25.
16. Лойко О. Т. Устойчивый туризм как способ формирования толерантного общества / О. Т. Лойко // Грамота. – 2012. – № 5 (19): в 2-х ч. – Ч. II. – С. 106–109 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gramota.net/materials/3/2012/5-2/>. – Заголовок с экрана.
17. Опейда Л. Туризм як внутрішня потреба екзистенційного оновлення особистості / Л. Опейда, А. Опейда // Соціологічні студії. – 2015. – № 2 (7). – С. 43–46.
18. Пазенок В. С. Філософія туризму / В. С. Пазенок // Туризмологія: концептуальні засади туризму: монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – Київ: ВЦ «Академія», 2013. – С. 49–59.
19. Пазенок В. С. Філософія туризму в системі філософського знання / В. С. Пазенок // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Вип. 8. – С. 7–22.
20. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці: дис... д-ра екон. наук: 08.00.01 / Г. П. Скляр; Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – 351 с.
21. Глобальний етичний кодекс туризму. Всесвітня туристична організація: Міжнародний документ від 01.10.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001). – Назва з екрана.
22. Доклад Всемирной туристской организации о претворении в жизнь Глобального этического кодекса туризма / A/65/275 Distr.: General. 10 August 2010. Russian. Original: English. – Нью-Йорк: Генеральная Ассамблея ООН, 2010. – 16 с.
23. Декларация принципов терпимости. Принята резолюцией 5.61 Генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/toleranc.shtml](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/toleranc.shtml). – Заголовок с экрана.
24. Варениця В. А. Соціальний діалог: громадянське суспільство та демократія співучасті / В. А. Варениця // Право і Безпека. – 2009. – № 2. – С. 192–196.
25. Смирнов И. К. Формально-логическое и диалектическое противоречия / И. К. Смирнов // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4. – С. 29–33.

*Рецензент д. е. н., професор Скляр Г. П.*

УДК 339.562+65.012.8:33+339.3(477)

Лупак Р.Л., к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНСТРУМЕНТУ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ**

У статті узагальнено сучасні тенденції розвитку внутрішнього ринку України стосовно посилення імпортозалежності економіки. Подано наукові твердження щодо концептуального змісту безпеки розвитку внутрішнього ринку та представлено власне бачення сутності поняття. Комплексно обґрунтовано сутність безпеки розвитку внутрішнього ринку у вигляді економіко-математичного опису. Ідентифіковано