

4. Харічков, С.К. Регіональна парадигма цільової програми розвитку рекреації та туризму [Текст] / С.К. Харічков, І.М. Дишловий, С.Г. Нездоймішов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 221 – 230.
5. Дудник, І.М. Географічні аспекти туристичного маркетингу регіону [Текст] / І.М. Дудник, О.А. Борисюк // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАН України. Серія «Економіка». – 2012. – Том 1, № 1 – 2. – С. 102 – 107.
6. Зеленко, О.О. Перспективи розвитку туризму Луганщини в умовах воєнно-політичної нестабільності [Текст] / О.О. Зеленко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». – 2015. – Вип. 2 (4). – Ч. 2. – С. 138 – 143.
7. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы [Текст] / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 376 с.
8. Воронько, Т.В. Сутність і головні цілі регіонального маркетингу як складової регіональної політики [Текст] / Т.В. Воронько // Вісник Полтавської державної академії. – 2012. – № 1. – С. 164 – 167.
9. Зелено, О.О. Особливості формування туристичного продукту Луганської області [Текст] / О.О. Зеленко // Часопис економічних реформ – 2014. – № 3 (5). – С. 114 – 120.

Отримано 26.10.2015

УДК 338.48(477)

Тетяна КАЛІНЕСКУ

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФЕНОМЕН РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

***Резюме.** Виділено напрями дослідження, що проводяться в галузі туризму, підкреслено їхню обмеженість та однорідність. Означено головні завдання щодо розвитку його соціально-економічних компонентів. Доведено, що сучасна соціально-економічна політика призводить до компрометації людських цінностей і мотивує розроблення нової системи соціально-економічних пріоритетів. Досліджено соціально-економічні чинники, що впливають на ефективність розвитку туризму та рекомендовано заходи активізації його діяльності, що дозволить сформувати прогресивний механізм людських цінностей завдяки розширенню горизонтів пізнання навколишнього середовища, відкриття нових соціально-економічних феноменів (явищ) у світі, поглиблення процесу самопізнання та формування подальших соціально-економічних зрушень.*

***Ключові слова:** активізація туризму, соціально-економічна політика, феномен, потреби людини, цінності, пріоритети.*

Tetyana CALINESCU

THE SOCIAL AND ECONOMIC PHENOMENON OF TOURISM DEVELOPMENT

***Summary.** The tourism is examined at the present time in order to use its vital human functions for the development of the modern economy in this country. Recently, it has been promoted the new directions in the research that show unlimited underlined homogenous in the activity, related to the development of the tourism, in the economic progress. Therefore, the main tasks have been organized for a development of socio-economic components with the determination of main priorities in the national economy for which the modern economy of tourism is oriented on. Also, there is known that a modern socio-economic policy has resulted in compromising of same human values to give priority to the new system of socio-economic which is intended to form a new spirituality and a democratic society. This new economic project will allow to the tourist industry to be able substantially to humanize all the spheres of the Ukrainian society, to open a new road in the construction of democratic society. And these socio-economic factors will influence the efficiency of the development in tourism. For this reason, it will be taken measures for this activity. The new recommended actions will form in this case the progressive mechanism of the human values to provide the expansion of the horizons for cognition in the*

environment. Like that, it will be opened a new socio-economic phenomena in the world, capable to provide a deep process of human knowledge for better understanding in the socio-economic situation for further socio-economic changes. Further than that, there are researches forming the human values about the mechanism with the means of tourism which will allow a new evaluation of the human behavior with the purpose to change the world of acceptable human habits and stereotypes. Like that the researches will promote horizons of the benefit in the social and cultural values in the world.

Key words: activation of tourism, socio-economic policy, phenomenon, necessities of human, values, priorities.

Постановка проблеми. Соціально-економічна ситуація в країні змушує розглядати туризм як один з вирішальних чинників розвитку суспільства, бо туристичний бізнес є не тільки однією з найпотужніших галузей економіки, а й сферою людської життєдіяльності. Сучасне суспільство розвивається у напрямку, коли прогрес визначається передусім структурою виробництва, розподілом і використанням знань. Тобто людська цивілізація найближчого майбутнього перетворюється на своєрідний «інноваційний простір знань». Людина, як свідомий член суспільства, повинна ставити своєю метою насамперед активне вивчення навколишнього інноваційного простору. А це можливо завдяки міжнародного обміну ідеями на всіх рівнях, серед яких сфера туризму посідає особливу роль. Тому виникає необхідність дослідити соціально-економічні чинники, що впливають на ефективність розвитку туризму та його вплив на активізацію діяльності інших сфер національної економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження, що проводяться в галузі туризму досить обмежені, однорідні. Їх можна поділити на напрями, які мають певну потребу в українському суспільстві:

Перший – розкриває загалом прикладні аспекти управління туристичною галуззю та функціонування туристично-рекреаційними та готельними підприємствами [1, 2, 3, 4, 5].

Другий – висвітлює туризм з точки зору задоволення деяких особистих потреб людини, які мають оздоровчу, морально-емоційну, освітню, пізнавальну й естетичну природу [6, 7].

Третій – характеризує філософію туризму, осмислення його соціокультурного феномену [8].

Четвертий – має чисто освітній аспект, чому присвячено більшість навчально-теоретичних публікацій, бо ця галузь набирає швидкі темпи розвитку в Україні й потребує ґрунтовної науково-теоретичної підтримки як з боку науковців, та і з боку Міністерства освіти й науки України, яке готує спеціалістів-професіоналів для роботи у цій сфері [6, 7, 8, 9].

Проте трансформація сучасного суспільства, що відбувається у світі та в Україні пов'язана з переосмисленням цінностей, соціально-економічною сутністю наповнення того, у що вірить більшість населення. Така ситуація є наслідком прогресуючої диференціації та розшарування населення, а, отже, і його потреб. Наявна соціально-економічна ситуація в Україні призводить до компрометації цінностей взагалі, бо наразі для населення Сходу України не виникає інтересу й бажання залучатися до трансформізму цінностей. Адже боротьба за виживання – це той факт, що сьогодні цікавить їх. Саме потреба подолання існуючих проблем стимулює розроблення нової системи цінностей, веде до нового кола соціально-економічних пріоритетів, які формують нову духовність, нове демократичне суспільство. Все це є наслідком, який диктується законами трансформації й самоорганізації населення регіонів. Взагалі сучасні відносини між громадами, окремими особами ґрунтуються на взаємовпливі надбаних цінностей, їх взаємодії. Одним із провідників такого процесу може виступати й звичайний туризм. Незалежно від того, яка сфера діяльності формально задіяна в процесі розвитку туристичного бізнесу (політична, навчальна, побутова і таке інше), соціально-культурні цінності виступають головним механізмом

обміну ідей, знань, важливим чинником їх засвоєння й упровадження в повсякденну практику. Після туристичних поїздок, як правило, кардинально змінюється свідомість людини, активізується її здатність сприймати нове, пробуджуються творчі здібності. Туристична галузь, за умови використання її широких можливостей, здатна істотно гуманізувати всі сфери української дійсності, відкрити дорогу до побудови у нашій державі справді демократичного, соціально й культурно орієнтованого суспільства. А сам комунікативний процес, який є основою туризму, виступає головним принципом апробації. Саме процеси комунікації дозволяють ідеям не зависати у просторі, а втілюватися в думках інших людей, породжувати нові знання, уявлення, потреби та цінності.

Метою дослідження є питання активізації соціально-економічного розвитку під впливом індустрії туризму, що є однією із баз сприяння й розвитку національної економіки на основі соціоінтеграції та соціокомунікацій. Головними завданнями щодо розвитку соціально-економічного компоненту туризму є: розуміння соціально-економічних засад розвитку туристичної галузі та визначення головних соціально-економічних пріоритетів національної економіки, в яких має розвиватися сучасна економіка туризму.

Виклад основного матеріалу. Проведені авторські дослідження [10, с. 243 – 265; 11, с. 48 – 59; 12, с. 134 – 146] та результати праць інших вітчизняних учених [13, с. 283 – 287; 14, с. 65 – 109] підтвердили необхідність виокремлення головних соціально-економічних пріоритетів розвитку держави, таких, як забезпечення єдиного стандарту рівня та якості життя населення, зменшення економічної диференціації регіонів, збалансування економічного розвитку територій на основі багатокомпонентного економічного середовища, що забезпечує цілісний і сталий соціально-економічний розвиток.

Сфера туризму, яка наразі досить активно розвивається у кожному регіоні України, має завдяки залучення до своєї діяльності інтеграційних, інтерналізаційних [15, 16], комунікативних та інших принципів діяльності, дозволяє поліпшувати соціально-економічне становище в державі та сприяти пошуку нових резервів, ефективних реформ щодо цього. Немає потреби розкривати й підтверджувати той факт, що за рахунок порівняно менших капіталовкладень, туризм може приносити набагато більше фінансово-валютних надходжень до національної економіки, ніж інші експортоорієнтовані та конкурентоздатні виробництва [6, с. 41 – 42; 17, с. 13 – 14]. Але набагато ціннішим, що дає розвиток туризму для національної економіки, є:

процеси політичної й соціально-економічної консолідації, які відбуваються у світі та у внутрішньому розвитку держави;

розвиток соціально-економічної й транспортної інфраструктури, яка має відповідати загальноприйнятим потребам і вимогам громадян;

підвищення стандартів якості життя у різних країнах, які виступають орієнтиром щодо розвитку й вибору пріоритетних життєвих цінностей у державі;

наявність демократичних законів, які дозволяють без бюрократичних перешкод мати можливість розвиватися кожній людині, підвищувати її освітній професійний рівень і т. п.

Слід наголосити, що сфера послуг, до якої відноситься туризм та розвиток готельного бізнесу зростає не тільки в Україні, а майже в усіх країнах світу в часовій прогресії відповідно зростанню форм, масштабів і якості суспільних потреб. Цей факт не може не впливати на ринок праці, розширення підприємницької активності, а також перерозподіл суспільних благ, зміну напрямку інвестиційних надходжень, стимулювання й появу нових нестандартних технологій, управлінських рішень та формування нових потреб людини.

Безумовно, в умовах соціально-економічного й політичного станів та відсутності національних програм розвитку туризму в державі, Україна не може розраховувати на розвиток туристичної сфери відповідно потребам суспільства. Проте досвід зарубіжних країн показує [6, с. 46 – 48], що навіть незначні преференції, увага й підтримка туристичного бізнесу з боку держави приносять користь розвитку супутніх секторів економіки та сприяє виконанню соціально-економічних функцій держави (екологічної, соціальної, освітньої, культурної та інших), міжнаціональному взаєморозумінню, розрядці міжнародної напруги.

Наразі реалізація будь-якого туристично-інвестиційного проекту пов'язана зі значним ризиком не тільки вкладання позикових, але й особистих коштів, доки в країні існує [7, с. 125 – 126]:

нестабільна політична й соціально-економічна ситуація, яка, не зважаючи на окремі позитивні досягнення державної й регіональної влади, не може додавати впевненості у майбутнє;

високий рівень інфляції, що за наявності нестабільної, політичної й соціально-економічної ситуації в країні тільки постійно погіршується та призводить до значного розриву запланованих та наявних доходів у майбутньому, не кажучи вже про погіршення стану національної валюти відносно іноземної (європейської й американської);

непередбачувана зміна цінової структури туристичного бізнесу та масштабів інвестиційних загроз;

недостатній правовий захист інтересів інвесторів, вкладників у туристичну індустрію та їх капіталу;

хронічні, непередбачувані зміни у нормативно-податковій базі, що вимагає значного наявного резервного страхового фонду;

обмеженість розвитку страхового та банківського ринку, що не дозволяє інвесторам застрахувати свої капітали;

недовіра до банківської системи, що унеможлиблює бути впевненим в отриманні доходів у майбутньому через швидке банкрутство більшості українських банків та ін.

За таких умов не можна розраховувати на активну дію соціально-економічних складових розвитку туристичного бізнесу. Окрім того, проведення АТО на Донбасі теж не додає впевненості у майбутньому. І не тільки тому, що нанесено значний загальний збиток економіці держави через припинення функціонування багатьох промислових підприємств на Донбасі та погіршення загального стану життя населення у державі. Згідно з висловленням Ерхарда Л. [18, с. 145 – 147] причиною такого стану є не стільки руйнування в економіці та наявність значної кількості біженців, як неправильна організація апарату макроекономічного розвитку. Головними напрямками перебудови має бути правильна грошова політика та вільна соціальна ринкова економіка. Щодо останнього, то соціальна ринкова економіка – це, найперше, філософія порядку (суспільного й економічного), яка ставить людину в центр уваги. Завдання людини й надалі розширювати обмеженість матеріальних благ шляхом раціонального та вторинного використання різних ресурсів, застосування різних досягнень науково-технічного прогресу, своєї творчої енергії. Тут стає на заваді туристична індустрія, яка відкриває нові простори для пошуку й освоєння нових перспектив щодо переборювання існуючих обмежень. Хоча цей процес є нескінченим, бо не можна відкидати того факту, що матеріальний світ обмежений, і навіть за існуючим достатком часу, можливості людини завжди мають певні межі.

Не слід забувати, що економічна складова – це не самоціль для людини. Вона має допоміжне значення, в процесі якого людина має стосунки з іншими для того, щоб виявити і зорієнтуватися на загальноприйнятні суспільні пріоритети й мати такі ж блага. Саме на таку соціальну комунікативність повинна бути спрямована економіка

туризму. Вона повинна допомагати людині пізнавати загальносвітову глобальну економіку, щоб зрозуміти свої особисті економічні й культурні можливості, а далі, самоудосконалюючись, розширювати межі свого особистого й суспільного (соціального) буття.

Соціальна економічна політика за допомогою законів створює в кожній державі свої рамки та правила поведінки, конкуренції на ринку, в тому числі туристичному. Соціальна складова вимагає від держави не тільки досконалих правил організації й виконання усіх її напрямів, але й соціальної відповідальності усіх учасників

[19; 20, с. 307 – 333], хто має відношення до неї. Тобто пропорційно ступеню впливу кожного бізнесу в рамках виконуваної діяльності (у тому числі туристичної) слід дивитися глибше за межі своїх інтересів і піклуватися не тільки за персональне благополуччя, а й за суспільні надбання. В основі такої відповідальності мають лежати й принципи національного патріотизму, етнічна приналежність, що є специфічною окрасою кожного регіону, моральні цінності територіальної громади [21; 22].

Кожна із зазначених складових соціально-економічного аспекту розвитку туризму може виступати в кількох функціональних іпостасях, є багатофункціональною і залежить від різних обставин, які розставляють певні доміанти, акценти та пріоритети, породжені поточними вимогами часу. Але які б специфічні умови не існували та, виходячи з того, що феномен є синонімом явищу [23], яке сьогодні відбувається, сутнісне, що говорить само про себе або об'єкт персонального сприйняття [24, с. 1076], у якості котрого вибирається туризм, то можна з певністю стверджувати, що розкриті соціально-економічні чинники впливу туризму на економіку держави підкреслюють необхідність й вагомість приділення уваги розвитку цієї індустрії. У якості такої уваги можна запропонувати:

1) впровадження фінансово-валютних преференцій для розвитку внутрішнього туризму і певних обмежень – для зовнішнього, що має відношення як для туристичної індустрії, так і фізичних осіб, хто користується цими послугами;

2) спрощення митних процедур при перетинанні кордону, що має відношення не тільки до обсягів перевезень, зафіксованих у Митному кодексі, але й до необхідності мати закордонний паспорт, коли майже увесь світ переміщується за єдиним національним паспортом;

3) розвиток і розгалуження транспортної інфраструктури, введення економічно прийнятних тарифів на транспортне обслуговування, що сприятиме розвитку не тільки туристичної індустрії, але й сфери перевезень теж;

4) створення можливостей (системи квот, пільг, податкових канікул) щодо розвитку туристичних дестинацій у кожному регіоні України, що сприятиме появі робочих місць, підвищенню зайнятості населення та його благополуччя;

5) якісне оцінювання рекреаційних ресурсів держави не тільки за допомогою системи показників щодо оцінювання стану навколишнього середовища, але й шляхом проведення незалежного соціально-економічного аудиту з визначенням позитивної ролі розвитку туризму в даному регіоні;

6) набуття транснаціонального характеру розвитку соціокомунікативних зв'язків, створення умов для розвитку самобутності регіонів у рамках загальної глобальної однорідності.

Висновки. Беручи за основу висловлення Григорія Сковороди, що «життя наше є мандрівка» [25, с. 362], і те, що мандрівництво зробило його одним з найбільш освічених людей свого часу, можна стверджувати, що сучасний розвиток туризму дозволяє людині відкрити нові соціально-економічні явища як в державі, так і у світі,

поглибити своє самопізнання, зрозуміти своє соціально-економічне становище та намітити подальші соціальні зрушення.

Подальші дослідження будуть спрямовані на механізм формування людських цінностей за допомогою туризму, який дозволяє руйнувати світ прийнятних людських звичок, стереотипів, повсякденності шляхом розширення горизонтів пізнання навколишнього середовища й соціокультурних цінностей світу. Кожна людина прагне до нових вражень, відчуттів, видів діяльності, місць перебування тощо. І в цьому плані туризм є необхідною формою, що доповнює повноцінне існування людини, впливає на характер її потреб та вибір нових цінностей

Conclusions. Taking in consideration the utterance of Grygoriy Skovoroda for the basis, that «ife is our trip» [25, p .362], and that the travel, offered by him is the most valuable knowledge about places and people, it is possible to assert that the modern development in tourism will allow to open a new socio-economic phenomena, both in the State and in the World to deepen the self-knowledge and understanding, in the social-economic position to set further social changes.

Moreover, the researches will be sent to the mechanism of forming the human values by means of tourism. In this case, these researches will allow a change of the acceptance of the human habits, stereotypes, and daily occurrence, through the expansion of the new horizons in cognition to the environment, for better social and cultural values in the world. Everybody will aspire to new impressions, feelings, all types of activity, and the places they would like to live. This plan in tourism is necessary for the progress of our society to form the complements and values, fin the existence of individuals, to develop a better human character, and the choice for the necessities, for new values in the life.

Використана література

1. Гончаренко, Я.Є. Моделювання розвитку туристсько-рекреаційного комплексу регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.11 – математичні моделі, моделі та інформаційні технології в економіці [Текст] / Я.Є. Гончаренко. – Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2015. – 21 с.
2. Корнілова, Н.В. Механізм управління життєвим циклом туристичного підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) [Текст] / Н.В. Корнілова. – Київ: ПВНЗ «Європейський університет», 2015. – 21 с.
3. Маховка, В.М. Формування системи антикризового управління туристичними підприємствами: автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) [Текст] / В.М. Маховка. – Київ: ПВНЗ «Європейський університет», 2015. – 21 с.
4. Шикіна, О.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості: автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) [Текст] / О.В. Шикіна. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2015. – 21 с.
5. Григор'єва, Я.В. Фінансове забезпечення та використання розвитку туризму в Карпатському регіоні: автореф. дис. ... канд. екон. наук за спец. 08.00.08 – фінанси, гроші та кредит [Текст] / Я.В. Григор'єва. – Львів: Львівська державна фінансова академія, 2015. – 21 с.
6. Житнигор, Б.С. Индустрия туризма. Книга 1. Искусство удивлять [Текст] / Б.С. Житнигор, В.В. Павлов // Редкол.: Оніпко А.Ф., Литвиненко А.Н., Житнигор С.Б. и др.; Укр. ак. наук; Акад. соврем. искусства. – Бендеры: Полиграфист, 2008. – 200 с.
7. Житнигор, Б.С. Индустрия туризма. Конкуренция в мире путешественников. Книга 2 [Текст] / Б.С. Житнигор, В.В. Павлов // Редкол.: Оніпко А.Ф., Литвиненко А.Н., Житнигор С.Б. и др.; Укр. ак. наук; Акад. соврем. искусства. – Бендеры: Полиграфист, 2008. – 241 с.
8. Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 258 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: ourlib.net/books_ukr/filotur.htm
9. П'ятницька, Г.Т. Інноваційні ресторани технології: основні теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закладів [Текст] / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницький. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 250 с.
10. Податкові важелі відтворення та розвитку населення: монографія [Текст] / Т.В. Калінеску, Г.С. Ліхоносова, О.М. Антіпов. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2014. – 276 с.
11. Податкове регулювання в умовах депресивних регіонів: монографія [Текст] / Колектив авторів; за наук. ред. Т.В. Калінеску. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2011. – 312 с.

12. Калінеску, Т.В. Інноваційна стратегія розвитку підприємств на основі збалансованої системи показників: монографія [Текст] / Т.В. Калінеску, І.В. Понамарьова, М.О. Наталенко. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – 288 с.
13. Гур'янова, Л.С. Моделювання збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів: монографія [Текст] / Л.С. Гур'янова. – Бердянськ: ФОП Ткачук О.В., 2013. – 406 с.
14. Кудріна, О.Ю. Промисловий потенціал регіону: формування, оцінка та стратегія: монографія [Текст] / О.Ю. Кудріна. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2014. – 456 с.
15. Калінеску, Т.В. Проблеми формування ефективних інструментів податкового регулювання в умовах інтеграції держав [Текст] / Т.В. Калінеску // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 111. – С. 8 – 10.
16. Calinescu, T. Kształtowane systemu motywacji w warunkach internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw / T. Calinescu, W. Gonczarow // Perspektywy rozwoju współpracy polskich i ukraińskich przedsiębiorstw: Praca zbiorowa / redakcja naukowa – dr.inż. Jozef Zakrzewski. – Warszawa: L&J Techtrading, Sp.z.o., 2009. – С. 232 – 243.
17. Калинеску, Т.В. Экономика потребителей: проблемы экономического роста и развития человека [Текст] / Т.В. Калинеску // Фотинские чтения 2015. Сборник материалов второй ежегодной международной научно-практической конференции. 23 – 25 марта 2015 года. – Ижевск: Издательство «Проект». – С. 13 – 22.
18. Нойхауз, Н. Ценности Христианской демократии. Ключевые понятия. Вып. 1 [Текст] / Н. Нойхауз, Х. Лангест. – Гливице, Польша: Изд-во «Вокруг нас», 2014. – 228 с.
19. Калинеску, Т.В. Онтологические аспекты социально ответственной деятельности [Текст] / Т.В. Калинеску // Научный альманах Центрального Черноземья. Курск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Финансовый университет при Правительстве РФ. – 2014. – № 2. – С. 138 – 141.
20. Калинеску, Т.В. Соціальна відповідальність: підручник [Текст] / Т.В. Калінеску, Г.С. Ліхонцова, В.С. Альошкін. – Сєверодонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. – 472.
21. Калінеску, Т.В. Трансформація механізмів формування суспільних цінностей в умовах глобалізації [Текст] / Т.В. Калінеску // Часопис економічних реформ. Науково-виробничий журнал. – 2015. – № 2 (18). – С. 99 – 106.
22. Калинеску, Т.В. Качество жизни как характеристика социально-экономических потребностей и ценностей славян [Текст] / Т.В. Калинеску // Вестник КИГИТ (Камский институт гуманитарных и инженерных технологий). Серия 8. Инновационные методы и технологии в экономике и управлении народным хозяйством. – 2013. – № 08 (38). – С. 51 – 67.
23. Что такое феномен? Значение и толкование слова fenomen, определение термина // Крупнейший сборник онлайн-словарей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.onlinedics.ru/slovar/fil/u/fenomen.html>
24. Concise Oxford English Dictionary. Eleventh edition, revised. Edited by Catherine Soanes, Angus Stevenson. Oxford University press, New York, 2009. – 1681 p.
25. Сковорода, Г. Твори в 2-х томах Том I. – Київ: Видавництво АН УРСР, 1961. – 640 с.

Отримано 15.10.2015

УДК 332.143: 338.49

Наталія КРИВОКУЛЬСЬКА

**УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ ОСНОВ УПРАВЛІННЯ
РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ЧЕРЕЗ
ЗДІЙСНЕННЯ УПРАВЛІННЯМ ДСНС УКРАЇНИ В
ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ЕКОСИСТЕМИ**

Резюме. Розкрито зміст інституційного забезпечення управління, зокрема управління регіональним розвитком туризму та рекреації. Обґрунтовано, що Управління Державної служби України з надзвичайних ситуацій у Тернопільській області (УДСНС України у Тернопільській області) є