

Гаврилюк А.М.

Київський національний університет культури і мистецтв

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОБҐРУНТУВАННЯ ФЕНОМЕНУ ТУРИЗМУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ ДЕРЖАВИ

У статті туризм розглядається як складний соціальний феномен, що проявляється як мультикультурний компонент, пов'язаний із розвитком економіки, політики, культури, освіти, спорту, рекреації, духовності тощо, а тому має вплив держави на стан його функціонування. Вказано, що стрімкий розвиток туризму викликає актуальну потребу чіткого наукового обґрунтування його сутнісних ознак та багатовекторного впливу на особистість та соціум в цілому. Доведено, що для теоретичного обґрунтування феномену туризму як соціального інституту, його природи та характеристики застосовуються поняття: «туризм», «галузь туризму», «індустрія туризму», «сфера туризму». Подано тлумачення цих дефініцій з урахуванням документів міжнародного і вітчизняного права та наукових досліджень. Основний акцент зроблено на теоретичне обґрунтування соціального феномену туризму представниками наукових шкіл туризмології та державного управління.

Ключові слова: туризм, галузь туризму, індустрія туризму, сфера туризму, соціогуманітарний феномен, соціальний інститут держави.

Постановка проблеми. Сучасний туризм є складною, багатоаспектною сферою суспільного буття, що пов'язана з економікою, культурою, політикою, рекреацією, освітою, спортом, духовним розвитком особистості тощо. За всієї, здавалося б спрощеної сутності, туризм, однак, розуміється достатньо по-різному, неоднозначно трактується в теоретичному аспекті, специфічно тлумачиться в правових документах як на світовому, так і на національному рівнях. Тому в цій статті зроблено спробу обґрунтувати деякі найбільш актуальні і недостатньо науково досліджені сентенції, пов'язані з ключовими дефініціями, які використовуються в теоретичному полі туризмології. Найперше, мова йтиме про поняття: «туризм», «галузь туризму», «сфера туризму», «індустрія туризму». Саме вони є найбільш дискусійними в сучасному туризмознавчому дискурсі.

Актуальною для розвитку туризму в сучасних умовах є роль та участь держави в процесах державного управління та державного регулювання сферою туризму. Тому і виникає потреба в співставленні існуючих наукових підходів до розуміння феномену туризму та його соціальної ролі в житті суспільства з позицій туризмології та науки «державне управління».

Аналіз останніх досліджень та публікацій і невіршені раніше частини загальної проблеми.

Спроб пояснити феномен туризму, його сутність, складові, є багато. Доречним є вивчення праць таких науковців, як В. Бабарицька, О. Малиновська [2], М. Жукова [5], В. Квартальнов, І. Зорін [6], В. Кифяк [7], Т. Ткаченко [19], Л. Ткачук [20], В. Федорченко, В. Пазенок, О. Кручек [21] та ін. У центрі уваги ряду дослідників, зокрема, В. Азара [1], М. Мальської, М. Рутинського, С. Білоус, Н. Мандюка [10], П. Пуцентейла [16] туризм аналізується як соціально-економічний феномен, трансформації якого нині поєднані з ринковою економікою. Підтвердженням цього є фіксація в Законі України «Про туризм» положення про те, що туризм є пріоритетним напрямом розвитку економіки та культури країни [15]. Окрім того, в наукових джерелах все більше уваги приділяється аналізу моделей сфери туризму, особливостей його менеджменту. Однак поза увагою дослідників залишаються проблеми теоретико-концептуального пояснення соціального феномену туризму, його ролі і значення як засобу розвитку, вдосконалення особистості, факторів і засад, що спричиняють підвищення його ролі в розв'язанні духовно-моральних основ суспільства в цілому та окремої особистості зокрема, особливо з позицій науки «державне управління».

З огляду на це **мета статті** полягає в здійсненні теоретико-методологічного обґрунтування суті феномену туризму як соціального інституту

держави та його впливу на особистість з точки зору різних наукових підходів. Серед поставлених завдань: характеристика правових засад суті туризму; співставлення похідних ключових дефініцій: «галузь туризму», «індустрія туризму», «сфера туризму»; виокремлення соціальної природи туризму як сучасного соціогуманітарного феномену та соціального інституту держави.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі під поняттям «соціальний» розуміють синонім суспільного (на відміну від суспільного життя поряд з економічним, юридичним, політичним (тощо) – в широкому сенсі. У вузькому – це спосіб взаємодії між соціальними групами та індивідами в таких сферах, як становище й роль у суспільстві, спосіб життя, створення умов для самореалізації тощо [8, с. 9].

Туризм напряму пов'язаний із поняттям «соціальний», «людський», «антропоцентричний», бо спрямований на багатовекторні внутрішні та зовнішні міграційні процеси з метою задоволення соціальних потреб особистості (пізнання, відпочинок, оздоровлення, релаксація, навчання, лікування, розваги тощо). Саме соціальна/суспільна роль туризму є ознакою його безпосередньої «прив'язки» до конкретної особи та суспільних груп.

У відповідності до ст. 45 Конституції України «кожен, хто працює, має право на відпочинок. Це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки» [9]. Громадяни Української держави в різний спосіб можуть використовувати це конституційне право. Сприяє цьому й туризм як сфера задоволення широкого спектра людських потреб.

Ще в 1974 р. одними з перших Беркерт і Медлік у книзі «Туризм: минуле, теперішнє і майбутнє» запропонували виокремлювати туризм як «тимчасове короткострокове переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають і працюють зазвичай» [3, с. 13].

Широке, філософського характеру визначення поняття «туризм» маємо й у авторів Міжнародної асоціації наукових експертів у галузі туризму. Вони пояснюють його як сукупність відносин і явищ, які виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, які відрізняються від їх постійного місця проживання і роботи. Згідно з Гагською декларацією з туризму «туризм – це невід'ємна складова соціальної сфери, функції якого спрямовано на відновлення життєвих сил, підвищення інтелектуального рівня і фізичного розвитку людини; право на відпочинок» [12].

Тлумачення феномену туризму можна розглядати як у широкому аспекті, так і у вузькому. У відповідності до термінології правових документів Організації Об'єднаних Націй туризм – це «подорожі й перебування в місцях за межами звичайного місця проживання, мандрівки на термін не більше, ніж 12 місяців із метою отримання задоволення та відпочинку, в оздоровчих, гостювих, пізнавальних та професійно-ділових цілях, без заняття оплачуваною діяльністю» [22, с. 7]. Оскільки таке визначення було запропоновано ще у ХХ ст., його, певною мірою, можна брати до уваги, однак нині воно є й досить умовним.

На національних рівнях такі тлумачення також не узгоджуються з вище згаданими, а тому є досить специфічними. Так, у Законі України «Про туризм» зазначається, що «туризм – це тимчасовий виїзд (подорож) особи з місця проживання в оздоровчих, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [15].

Отже, туризм повною мірою відповідає ознакам соціального явища, є соціальною практикою, засвідчує при цьому про певну взаємодію, процеси, продукує створення відповідних інституцій, діяльність яких спрямовується на реалізацію його ознак та функцій як соціального феномену. При цьому проявляється через ряд критеріїв [8, с. 11], які викладемо нижче, одразу додавши реальні кроки інституційного впливу держави на їх застосування.

Цілісність є ознакою багатоманітних класифікаційних різновидів туризму, спрямованих на реалізацію суспільних потреб людини, про які згадували вище і які зафіксовані у вітчизняному правовому полі [14; 15]. Це, водночас, продукує динамізм їх розвитку та перетворення на індустрію.

Системність пов'язують із взаємодією різних суспільних інститутів, які розробляють та реалізують комплексні туристичні послуги. В Україні така взаємодія проявляється через принцип публічно-приватного партнерства органів державної влади, органів місцевого самоврядування, бізнес та громадськість. Суб'єктивно опосередкований характер туризму проявляється через його антропоцентричну складову частину, яка охоплює різні соціальні спільноти та індивідуально кожного туриста – суб'єкта туристичної сфери.

Враховуючи ці ознаки туризму, визначається і роль держави як соціального інституту, що регулює туристичну діяльність та забезпечує захист прав та потреб споживачів туристичної послуги.

На думку М. Кляпа та Ф. Шандора, соціальними інститутами вважаються такі, що: об'єднують групи осіб, які вирішують важливі питання спільноти (до прикладу, Наукова рада з туризму та курортів, що діє при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі, Національна туристична організація, регіональні асоціації з туризму тощо); є формою організації комплексу соціальних дій, які виконуються деякими членами групи від імені спільнот, що згадувались вище; належать до установ, що дають змогу деяким членам групи виконувати публічні функції, спрямовані на задоволення потреб і регулювання поведінки цілої групи (в Україні ці функції виконують структурні підрозділи з туризму при місцевих органах влади та їх представники). У цьому значенні важливим є вирішення питань, пов'язаних з бюджетом, персоналом, технічними засобами тощо. Саме вони роблять установи інституціями; визначають повну соціальну роль деяких осіб, особливо важливу для життєдіяльності групи [8, с. 105–106].

Дослідники В. Квартальнов та І. Зорін у туризмі вбачають діяльність, що продукує сукупність явищ і взаємин, які виникають під час взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади й місцевого населення в процесі туристської діяльності» [6, с. 25]. Нині туризм – це певна ділянка виробництва і надання спеціальних послуг. Дослідниця Т. Ткаченко доводить, що йому притаманні: єдність (однотипність) кінцевої продукції; однотипність типології виробництва продукції; однотипність потреб, що задовольняються; необхідність фахового кадрового забезпечення [19].

Відомі американські дослідники Ч. Голднер, Б. Рітчі, Р. Макінтош та інші наполягають на тому, що дослідження феномену туризму має здійснюватися з урахуванням таких підходів: історичного, географічного, інституційного, соціологічного, управлінського, економічного, системного. Така точка зору нами поділяється, оскільки йдеться про своєрідний синергетичний підхід [23].

Так, економічний підхід дає змогу визначити потенціал туризму, рівень його впливу на економіку окремої держави, стан розвитку так званих «нетуристичних» секторів (будівництво і модернізацію готелів, аеропортів, закладів дозвілля, благоустрій міст, відновлення і збереження пам'яток, охорона рекреаційних зон, державне управління тощо).

Вчений В. Азар вбачає в туризмі «велику економічну систему з різноманітними зв'язками, що виникають між окремими елементами в рамках національного та світового народного господар-

ства» [1, с. 8]. Враховуючи такий підхід, індустрія туризму є складовою частиною національної економіки та галуззю нематеріальної сфери, що виконує суспільно-організовану діяльність, спрямовану на надання туристичних послуг.

Ця позиція співзвучна з інституційним підходом до організації туристичної діяльності в Україні. Адже з 2015 р. у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України функціонує департамент туризму та курортів України, на який покладено функції реалізації державної політики у сфері туризму і забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України та створення нових робочих місць тощо [13]. У попередні роки концептуальний підхід до функціонування сфери туризму вбачався як культурний та інфраструктурний вектор розвитку в підпорядкуванні Міністерства культури України та Міністерства інфраструктури України. Виходячи з цих тверджень, домінуюча роль інституцій проявляється через вироблення відповідної державної політики.

Не менш важливим у процесі нашого дослідження соціального феномену туризму є інституційний і управлінський підходи. Інституційний підхід припускає і передбачає вивчення діяльності різних туристичних інститутів і посередників, таких як готелі, ресторани, туроператори, туристичні агенти тощо. Також інституційний підхід акцентує увагу на пізнанні мети і способів діяльності різних установ, присутніх на туристичному ринку, їх взаємовідносин та взаємодії.

Інституційний підхід у туризмі є об'єктом досліджень як у галузі туризмології, так і державного управління. Серед них праці: Ю. Гурбика [4], М. Мальської [10; 11], В. Худа, В. Цибуха [11], М. Рутинського С. Білоус, Н. Мандюка [10], В. Квартальнова, І. Зоріна [6], М. Пуцентейла [16], Н. Свірідової [17], Л. Федулової [18] та ін. Вчені виокремлюють основні туризмологічні концепції та моделі, які продукують різноманіття напрямів і підходів до дослідження феномену туризму. Із вивчених джерел узагальнену картину подано в праці «Економіка туризму: теорія і практика» через характеристику: моделі туриста і моделі туризму (за Ж. Шафарі); концепції туризму як зустрічі; теорії дифузії інновацій; концепції туристичного простору; концепції туристичної функції; концепції району (території) туристичної активності; концепції територіальних рекреаційних систем; концепції сприйняття простору (ландшафту); концепції туристичної урбанізації; теорії конфлікту в туризмі; концепції функції в туризмі [10, с. 6].

Туризм як багатоаспектний феномен розглядає Л. Ткачук, наголошуючи на тому, що для його вивчення необхідно застосовувати міждисциплінарний та інтегральний підходи до науки про подорожі й переміщення, серед яких: географія, історія, культура, економіка, державне управління, дипломатія [20]. Особливу увагу приділено вивченню соціальної компоненти туризму, оскільки в такий спосіб люди проводять своє дозвілля в подорожах, встановлюють ділові та міжособистісні контакти, фізично оздоровлюються, нарощують та розширюють свій інтелектуальний потенціал тощо.

Важливо охарактеризувати поняття «туризм», «галузь туризму», «індустрія туризму», «сфера туризму», які трактуються неоднозначно, але доповнюють розуміння соціального феномену туризму. Існують розбіжності й у поясненні цих дефініцій у вітчизняному правовому полі [14; 15].

Розглядати і пояснювати туризм як специфічну індустрію (в перекладі з латини *industria* – діяльність, старанність, працьовитість) вперше було запропоновано в 1971 р. на спеціальній конференції ООН із торгівлі та розвитку. Після чого поняття стало популярним і спричинило появу таких її видів, як індустрія: туризму, гостинності, реклами, моди, розваг тощо.

Значна кількість науковців і практиків із різних галузей знань, зокрема, державного управління, використовує дефініцію «сфера» (з грецького *sphaîra* – куля, межі поширення чого-небудь). Влучно характеризує це поняття Т. Ткаченко, розуміючи під сферою сукупність галузей народного господарства та видів діяльності, які створюють матеріальні блага (виробнича сфера) та управління ними й обслуговування населення (невиробнича сфера) [19, с. 329].

Суттєво важливим в нашому дослідженні є й те, що в науково-практичному аспекті туризм пояснюється і розуміється як системоутворюючий феномен, тобто не як окрема сфера, а група пов'язаних галузей. Так, М. Жукова вказує на те, що під галуззю туризму слід розуміти «сукупність самостійних, територіально відокремлених туристичних господарських одиниць, що мають у своєму розпорядженні певну матеріально-технічну базу та спеціалізуються на виробництві й реалізації туристичних послуг і товарів, об'єднаних єдністю діяльності та управління». При цьому автор зазначає, що «до туризму слід ставитися як до великого самостійного міжгалузевого господарського комплексу національної економіки, що об'єднує різні галузі» [5, с. 43].

Отже, сфера туризму – це середовище задоволення потреб та інтересів людини, що подорожує, оздоровлюється, відпочиває, накопичує досвід мандрів, пізнає світ, збагачується соціально, емоційно, духовно. У Стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 року термін «сфера» і використовується, однак поза увагою документу залишилися, на жаль, питання, пов'язані з визначенням соціальних функцій вітчизняних державних інституцій туризму та екзистенціальних основ туристичних практик. А це водночас потребує деталізації соціальної ролі туризму та його впливу на життєдіяльність людини через: пізнання, осмислення та вироблення нею власного ставлення до оточуючої дійсності, набуття знань, умінь та навичок, життєвого та професійного досвіду; формування життєвої позиції, світоглядних цінностей; утвердження та прояв почуттів, розвиток творчої індивідуальності; реалізацію фізичних, психічних, духовних та інтелектуальних сил тощо.

З урахуванням думки Н. Свірідової вітчизняна сфера туризму – це простір задоволення соціальних інтересів подорожуючої людини, а тому під управлінською діяльністю вчена розуміє цілеспрямований вплив держави на середовище туризму. Об'єктами такого впливу визначає всі процеси, що відбуваються у сфері туризму, а суб'єктами – державу та її інституції: законодавчі, виконавчі, судові органи різних рівнів та суб'єкти впливу (громадські й політичні організації, засоби масової інформації, окремі особистості). Рівнями поширення є: місцевий, регіональний, загальнонаціональний, міжнародний. Соціальна роль держави проявляється через формування туристичних потреб населення країни та здатності державних інституцій, комерційних структур їх задовольняти [17, с. 23].

Важливою є дотичність сфери державного управління до можливостей реалізації теоретичних положень соціального феномену туризму в практичну площину. Без участі держави процес соціалізації особистості засобами туризму є не повним. Саме інституційний підхід, як стверджує науковець Ю. Гурбик, [4] із задіянням різних профільних та суміжних установ стимулює процеси утвердження соціального статусу туризму в суспільстві та здійснює свій соціогуманітарний вплив на життєдіяльність людини.

Глибинно пояснює туризм як соціальний інститут держави філософія, застосовуючи людиноцентричний, гуманістичний, культурологічний, аксіологічний та інші підходи. Форму-

ючи відповідну правову, виховну, просвітницьку, освітню, комунікативну, маркетингову, рекреаційну, когнітивну, соціалізуючу політику держави, варто віднаходити і застосовувати пріоритетні механізми державної політики для розвитку туризму в країні.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що серед науковців, практиків, управлінців і самих мандрівників зріс інтерес до вивчення, розуміння, формування, втілення мотиваційних потреб людини подорожуючої (*homo viator*). Нині туризм став соціально значущою, затребуваною практикою, яка торкається значної кількості членів суспільства, а тому є простором самовдосконалення

та саморозвитку, територією формування життєвих благ, потреб і стимулів особистості, а отже і соціальним інститутом держави, що визначає соціально-політичні, організаційно-правові, економіко-фінансові, маркетингово-комунікаційні механізми державного регулювання цієї сфери. Тому, відповідно, державне регулювання сфери туризму з акцентом на соціогуманітарний аспект в Україні має стати одним із засобів реалізації державної політики, яка потребує концептуального інструментарію впровадження через використання синергетичного підходу і може стати одним із перспективних напрямів майбутніх наукових досліджень.

Список літератури:

1. Азар В.И. Экономика и организация международного туризма. М.: Экономика, 2005. 321 с.
2. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та допов. К.: «Альта-прес», 2008. 228 с.
3. Бріггс С. Маркетинг у туризмі: Пер. з 2-го англ. вид. К.: Знання-Прес, 2005. 385 с.
4. Гурбик Ю. Ю. Інституційні аспекти державного регулювання туристичної сфери в Україні. Держава та регіони. Серія: Державне управління. 2008. № 4. С. 101–107.
5. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации: учеб. пособ. М.: Финансы и статистика, 2006. 197 с.
6. Квартальнов В.А., Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как объект управления: учеб. М.: Финансы и статистика, 2006. 302 с.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 326 с.
8. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 334 с.
9. Конституція України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0> (дата звернення 15.05.2017).
10. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія і практика. К.: «Центр учбової літератури», 2017. 544 с.
11. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
12. Национальная государственность и европейские интеграционные процессы: Гаагская декларация по туризму. В 2-х т., Т. 2. Минск: Изд-во БГУ, 2008. 293 с.
13. Про затвердження Положення про департамент туризму та курортів : наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.07.2016 р. № 1202. URL: <https://www.zakon-i-normativ.info/index.php/component/lica/?href=0&view=text&base=1&id=1612354&menu=1> (дата звернення 15.05.2017).
14. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2016 р. № 168 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення 15.05.2017).
15. Про туризм : Закон України станом на 11.02.2015 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 15.05.2017).
16. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
17. Свірідова Н.Д. Державне регулювання та управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. М-во освіти і науки України, Східноукр. нац. ун-т. Луганськ: Вид-во СХУ ім. В. Даля, 2009. 118 с.
18. Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку України / за ред. д-ра екон. наук Л.І. Федулової. К.: Інститут економічних прогнозів, 2007. 472 с.
19. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. М-во освіти і науки України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., випр. та допов. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 462 с.
20. Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. Географія. № 1(66)/2(67). 2017. С. 109–113.
21. Федорченко В.К., Пазенок В.С., Кручек О.А. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія. К.: ВЦ «Академія», 2013. 368 с.

22. About the World Tourism Organization (WTO). Mission for the New Millennium. URL: <http://www.world-tourism.org/aboutwto/eng/menu.html> (дата звернення 15.05.2017).

23. Goldner C. R., Ritchie J. R. B, McIntosh, R. W. Tourism Principles. Practices and Philosophies. N Y: John Wiley & Sons, 2000. 350 p.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБОСНОВАНИЯ ФЕНОМЕНА ТУРИЗМА КАК СОЦИАЛЬНОГО ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВА

В статье туризм рассматривается как сложный социальный феномен, проявляющийся как мультикультурный компонент, связанный с развитием экономики, политики, культуры, образования, спорта, рекреации, духовности и т.д., а потому имеет место влияние государства на состояние его функционирования. Указано, что стремительное развитие туризма вызывает актуальную потребность четкого научного обоснования его сущностных признаков и многовекторного воздействия на личность и социум в целом. Доказано, что для теоретического обоснования феномена туризма как социального института, его природы и характеристики применяются понятия: «туризм», «отрасль туризма», «индустрия туризма», «сфера туризма». Дано толкование этих дефиниций с учетом документов международного и отечественного права и научных исследований. Основной акцент сделан на теоретическое обоснование социального феномена туризма представителями научных школ туризмологии и государственного управления.

Ключевые слова: туризм, отрасль туризма, индустрия туризма, сфера туризма, социогуманитарный феномен, социальный институт государства.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE FOUNDATION OF TOURISM PHENOMEN AS A SOCIAL INSTITUTION OF THE STATE

In the article the tourism is considered as a complex social phenomenon that manifests itself as a multicultural component associated with the development of economics, politics, culture, education, sport, recreation, recreation, spirituality, etc. It is indicated that modern tourism is an extremely important and complex social phenomenon that influences the livelihoods of many people. Its hectic development causes the urgent need for clear scientific substantiation of the essential features that determine the multi-vector impact of tourism on the person and society in general. It is proved that the following concepts apply to the theoretical substantiation of the phenomenon of tourism as the social institution, its nature and characteristics: «tourism branch», «tourism sphere» and «tourism industry». Interpretation of these definitions is given taking into account documents of international and domestic law and scientific researches. The main emphasis is on theoretical substantiation of the social phenomenon of tourism by representatives of the scientific schools of tourism science and public administration.

Key words: tourism, tourism branch, tourism industry, tourism sphere, socio-humanitarian phenomenon, social institution of the state.