

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ, РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА, ДЕМОГРАФІЯ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.485(477)

JEL Classification: L83, R58, Q58

*Голод А.П.,
д-р екон. наук, проф., зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу,
Львівський державний університет фізичної культури,
Федоришина Л.М.,
д-р екон. наук, доц.,
зав. кафедри економіки підприємства та менеджменту,
ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва»*

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО В'ІЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. В умовах воєнної агресії та окупації територій з високим туристичним потенціалом в Україні відбувається переорієнтація туристичних потоків у напрямку як до вже відомих, так і до нових дестинацій. Виникають також нові та загострюються наявні соціальні проблеми розвитку туризму у різних регіонах держави. Особливо актуальними такі проблеми є для міжнародного в'їзного туризму, що в Україні завжди був однією із пріоритетних форм організації туристичної діяльності та водночас найбільш сприйнятливим до якості туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні проблеми розвитку туризму аналізуються у наукових працях переважно в широкому контексті – як один із вимірів соціалізації економіки. Зокрема, в українській економічній науці цей напрям досліджень презентують праці Л. Богуш [1], В. Гришкіна [6], О. Зибаревої [7], Ю. Салюти [9], Л. Шевчук [10] та інших науковців. Поряд із цим, існують спроби виокремити аналіз соціальних аспектів розвитку туризму в окремий напрям досліджень. У цьому контексті слід згадати праці Л. Немець, К. Сегіди, Н. Моштакіної [8] та ін.

Аналіз наявного наукового доробку засвідчує, що соціальні проблеми розвитку туризму в Україні, незважаючи на свою актуальність, все ще не перебувають у центрі уваги вчених-економістів.

Постановка завдання. Мета статті – розробка методологічних засад дослідження соціальних проблем розвитку туризму та аналіз особливостей їх прояву в процесі організації міжнародного в'їзного туризму в Україні на прикладі міста Львова.

Викладення основного матеріалу дослідження. Ми поділяємо думку науковців про те, що поняття «соціалізація економіки» займає одне з ключових місць у сучасних концепціях регіональної економіки і може бути успішно використаним у аналізі проблем регіонального розвитку туризму, який є вагомим складником сфери обслуговування і має важливе соціальне значення.

Вважається, що соціальне середовище чинить суттєвий вплив на соціалізацію особистості у вигляді соціальних чинників. Можна відзначити, що людина, яка залежить від соціального середовища, своїми активними діями видозмінює, а водночас і розвиває себе. А саме способом гармонізації індивіда з середовищем є його соціальна адаптація. У туристичній діяльності соціальна адаптація є важливою передумовою повноцінного задоволення потреб туриста, а також чинником сталого розвитку дестинацій.

На наш погляд, методологічною основою аналізу соціальних проблем розвитку туризму в сучасних умовах, що характеризуються нестабільністю і кризовими явищами в різних сферах, має бути концепція безпеки туризму, зокрема соціальної. Іншим питанням, що має важливе значення для наукового аналізу розвитку туризму в регіоні є теоретичні засади формування і розвитку дестинацій.

Одним із основних завдань соціальної адаптації туриста є подолання соціальних бар'єрів, як заважають отримати повноцінний ефект від відпочинку. Важливе значення у цьому контексті мають комунікативні бар'єри – типові труднощі, що виникають через дію тих чи інших об'єктивних або суб'єктивних обставин, а це суттєво заважає людям порозумітися один з одним.

На наш погляд, проблема соціальної адаптації туристів має не лише соціально-психологічний вимір, а може бути об'єктом дослідження і регіональної економіки, зокрема в рамках концепції туристичних дестинацій.

Туристичну дестинацію ми аналізуємо у складі регіональної туристичної системи, яка, у свою чергу, належить до туристичного комплексу держави. Розвиток соціально-орієнтованої дестинації перебуває у тісній залежності із двома важливим процесами – соціалізацією економіки і соціальною адаптацією (рис. 1).



Рис. 1. Модель соціально-орієнтованої туристичної дестинації

Джерело: побудовано авторами

Розвиток дестинації, що базується на пріоритетності вирішення соціальних проблем туризму, має, на нашу думку, ґрунтуватися на трьох принципах – системності, гуманізму і сталості.

Принцип системності полягає у трактуванні дестинації як сукупності елементів (туристи, туристичні підприємства та інфраструктура, туристичні об'єкти та населення) та взаємозв'язків між ними.

Принцип гуманізму передбачає визначення основним пріоритетом функціонування дестинації задоволення різнопланових потреб людини.

Принцип сталості полягає у забезпеченні збалансованого розвитку дестинації, у тому числі через мінімізацію загроз для її природного та соціального середовища, що виникають у процесі здійснення туристичної діяльності.

Базуючись на згаданих принципах, соціально-орієнтована дестинація має виконувати кілька важливих функцій – рекреаційну (відновлення фізичних і психічних сил туристів), соціальну (забезпечення ефективної взаємодії різних соціальних груп – туристів, працівників сфери туризму і місцевого населення), економічну (отримання доходів від туристичної діяльності як підприємствами, так і територіальними громадами).

Отже, наявність соціальних проблем суттєво погіршує туристичний імідж регіонів і чинить деструктивний вплив на ефективність функціонування відповідних регіональних туристичних систем. Регіони, що характеризуються складними соціальними проблемами, переважно, не є джерелами інтенсивних туристичних потоків, а також їх реципієнтами. Водночас такі регіони стають джерелами загроз розвитку туризму на різних ієрархічних рівнях, формуючи потоки нелегальної імміграції часто під виглядом туристичних подорожей. Формування іміджу окремих регіонів як криміногенних, навіть за умови наявності вагомих ресурсних передумов розвитку туризму в них, суттєво звужує можливості розвитку відповідних регіонів, зокрема просторові, адже туристична діяльність у них обмежується головним чином найбільшими туристичними центрами або взагалі територією закладів розміщення. Іншими словами, соціальні загрози розвитку туризму суттєво зменшують інтенсивність соціальних контактів у процесі туристичної діяльності та є дуже складними для подолання [3].

Оскільки реальне вирішення соціальних проблем вимагає тривалого періоду часу, то очевидно, що у короткостроковій перспективі соціальним загрозам розвитку туризму можна протистояти лише заходами інформаційного характеру та розбудовою сучасної туристичної інфраструктури.

На підставі даних центрів туристичної інформації, публікацій у ЗМІ та відгуків іноземних туристів можна виокремити кілька важливих соціальних проблем, що перешкоджають розвитку туризму у Львові – транспортну, інфраструктурну, мовну, безпекову та інші.

Виділені проблеми є специфічними для Львова, але стосуються конкретного часового періоду і можуть досить динамічно змінювати свою структуру та характеристики.

З метою розробки шляхів вирішення соціальних проблем розвитку туризму на прикладі Львова, їх доцільно об'єднати у три групи, залежно від етапів туристичної діяльності, яких вони стосуються – проблеми формування іміджу дестинації за кордоном, проблеми соціальної адаптації туриста у спільноті дестинації, проблеми забезпечення зворотного зв'язку (табл. 1).

Таблиця 1

Шляхи вирішення соціальних проблем організації міжнародного в'їзного туризму

Групи проблем	Механізми розв'язання	Очікувані результати
Формування іміджу дестинації за кордоном	– активізація інформаційної політики центральних органів виконавчої влади та регіональних владних інституцій щодо популяризації дестинацій на міжнародному туристичному ринку; – розширення представлення туристичного продукту регіону на міжнародних виставкових заходах; – створення та постійне оновлення веб-сайтів та сторінок у соцмережах, що присвячені поширенню інформації про дестинацію серед потенційних туристів;	– позитивний імідж дестинації на міжнародному туристичному ринку як безпечної і комфортної для відпочинку; – збільшення потоків міжнародного в'їзного туризму;
Соціальна адаптація туриста у спільноті дестинації	– підвищення кваліфікації працівників сфери туристичного обслуговування, готельно-ресторанного бізнесу та транспорту для роботи з іноземними туристами; – покращення підготовки студентів туристичних спеціальностей з іноземних мов, особливо тих, що використовуються більшістю туристів, які прибувають до дестинації; – розширення мережі вказівників, інформаційних таблиць, які дублюють інформацію іноземними мовами для туристів; – активізація роботи туристичних інформаційних центрів, налагодження їх співпраці з найбільшими готелями та туристичними підприємствами; – забезпечення правоохоронними органами громадського порядку у місті; – покращення стану громадського транспорту та комунального господарства;	– полегшення мовно-культурної, соціально-побутової та поведінкової адаптації туристів до місцевого соціального середовища; – зростання доходів від туристичної діяльності, підвищення рівня життя місцевого населення;
Забезпечення зворотного зв'язку	– впровадження сучасних систем управління якістю туристичних та готельно-ресторанних послуг; – забезпечення інтерактивності веб-сайтів та сторінок у соцмережах, що присвячені поширенню інформації про дестинацію; – використання маркетингових інструментів стимулювання попиту (знижки, бонуси, подарунки та ін.).	– формування стійкого попиту на туристичний продукт дестинації у іноземних державах; – активізація роботи місцевих турсервісів щодо організації міжнародного в'їзного туризму.

Джерело: сформовано авторами

Отже, соціальна складова туристичної діяльності відіграє провідну роль у розвитку туризму в регіоні. На прикладі України, така роль зумовлена:

1. Поширенням міського способу життя, що корелюється як із вищим рівнем доходів, так і з більшою «відкритістю» мешканців міст до нових видів соціальної активності, одним із яких є туризм.

2. Зростанням соціальної активності молоді, що виражається у більшій мобільності цієї соціальної групи та високих адаптаційних можливостях.

3. Активізацією процесів туристичної соціалізації у суспільстві, що зумовлені як рекламними технологіями, так і дифузиею інформаційних моделей, в яких туризм трактується як нових, прогресивний і обов'язковий вид діяльності кожної успішної людини.

4. Зростанням ролі населення дестинації як фактора її туристичної привабливості. Причому, така особливість стає характерною не лише для дестинацій етнічного туризму. Культурна специфіка та спосіб життя місцевого населення у сучасному туризмі стає вагомою складовою регіонального брендингу незалежно від виду туризму за метою, на якому спеціалізується конкретна туристична система.

5. Соціальний генезис має не лише рушійна сила функціонування регіональних туристичних систем – туристичні потоки, а й субстрат таких ключових її підсистем як інфраструктурна, організаційна, управлінська, науково-освітня. Варто зауважити, що у зв'язку із зростанням трудової мобільності населення, персонал туристичних підприємств та закладів інфраструктури може походити, як і туристи, з інших регіонів, що додатково ускладнює процеси взаємної соціальної адаптації у межах дестинації [3].

Варто також зауважити, що, незважаючи на зростання соціальної мобільності, історико-культурна та соціально-психологічна основа дестинацій, насамперед традиційних, залишається відносно стійкою. Для певної категорії дестинацій така стійкість і є однією із головних ознак високого рівня безпеки туризму в регіоні.

Роль соціального механізму у гарантуванні сталого розвитку туризму на регіональному рівні є досить важливою, оскільки сам туризм є фактично однією із соціальних послуг у межах сфери обслуговування населення. Специфіка туристичної діяльності в регіоні базується на його соціальній структурі, на соціально-економічній поведінці населення, його потребах, інтересах, що формують попит на туристичні послуги. Важливу роль відіграє також ставлення місцевого населення до туризму як виду економічної діяльності та до туристів, зокрема.

Отже, поряд із заходами державного регулювання важливе значення має соціальний механізм, який розглядають як комплекс регуляторів соціального генезису, що покликані модифікувати дію групи соціальних факторів на функціонування регіональної туристичної системи, насамперед за посередництвом модифікації параметрів дії її соціальної підсистеми [4].

Велика частина регуляторів, що належать до соціального механізму, впливають на формування туристичного попиту. До таких регуляторів належать:

- 1) туристична соціалізація;
- 2) вплив сім'ї та найближчого оточення;
- 3) вплив професійного середовища;
- 4) вплив культурних особливостей локальних та регіональних спільнот.

Останній регулятор може мати два способи впливу – через наслідування переважаючих моделей поведінки у певній спільноті або ж навпаки через протиставлення думці більшості.

Інша частина соціальних регуляторів розвитку туризму пов'язана із формуванням туристичної пропозиції дестинації регіону і спрямована насамперед на формування його іміджу у свідомості туристів. До них належать:

- 1) відкритість та толерантність населення дестинації;
- 2) ставлення місцевих спільнот до туристів та туристичної діяльності;
- 3) поширення соціальних девіацій у спільнотах дестинацій [5].

Окреслений перелік регуляторів, що належать до соціального механізму, має різний ступінь піддатливості до модифікації. Однак спільною рисою більшості з них є чутливість до інформаційних засобів регулювання. Власне проблеми туристичного брендингу регіонів дуже часто прямо пов'язані із дієвістю соціальних механізмів гарантування безпеки відповідних регіональних туристичних систем. Тоді як поширення соціальних девіацій та особливості впливу оточення важко піддаються регулюванню у короткостроковому періоді, то інші регулятори дуже залежать від стану інформаційного середовища здійснення туристичної діяльності в регіоні.

Слід зазначити, що соціалізація туризму має відбуватися не тільки в напрямі залучення до туристичної діяльності широких верств населення, а й через створення необхідних умов для організації короткотривалого відпочинку. У контексті соціалізації та партнерства слід розглядати подальшу орієнтацію туризму на національні цінності, що сприятиме консолідації та духовному відродженню українського народу [2].

Висновки з проведеного дослідження. Погоджуючись із наведеними вище положеннями, хочемо зазначити, що оскільки туризм є насамперед соціальним явищем, то, незважаючи не розробку і реалізацію програмних заходів з боку владних інституцій, без залучення до цього процесу суспільства неможливо досягнути позитивних результатів, основним з яких має бути зростання потоків міжнародного в'їзного туризму. Варто наголосити на тому, що розбудова туристичної інфраструктури відповідно до кращих світових стандартів не суперечить потребам гарантування соціальних потреб місцевого населення, адже воно, за умови зростання попиту на туристичний продукт дестинації з боку більш платоспроможних іноземних туристів, неодмінно отримуватиме зиск не лише у вигляді нових робочих місць і додаткових доходів, а й у збільшенні доступності якісних соціальних послуг та інфраструктури.

Бібліографічний список

1. Богуш Л.Г. Соціальний капітал і соціогуманітарний простір: методологія, визначення, взаємозв'язки, вектори розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 4. С. 15-20.
2. Гайдук А.Б. Економічне регулювання розвитку сфери туристичних послуг: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.02.03; Державний ун-т «Львівська політехніка». Львів, 1999. 19 с.

3. Голод А.П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 350 с.
4. Голод А.П. Социальные и информационные аспекты безопасности туризма. *e-Journal VFU. Администрация, управление и экономика*. Варна: ВСУ «Черноризец Храбър», 2015. Брой 8. URL: <http://ejournal.vfu.bg/bg/pdfs/Socialnie-3.pdf> (дата звернення: 10.01.2019).
5. Голод А.П. Соціальна безпека туризму в регіоні: сутність та методика оцінювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2014. Вип. 9-1. Ч. 3. С. 144-147.
6. Гришкін В.О. Соціалізація економіки як реальність сучасного загальноцивілізаційного розвитку. *Актуальні проблеми економіки: збірник наукових праць*. Донецьк, 2001. Т. 10. С. 31.
7. Зибарева О.В. Девіантна соціалізація економіки: регіональний вимір: монографія / Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. дослідж. Львів: Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 2014. 383 с.
8. Немець Л.М., Сегіда К.Ю., Моштаківа Н.В. Соціально-демографічні та історико-культурні фактори розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 145-147.
9. Салюта Ю.М. Соціалізація економіки: об'єктивна необхідність та основні напрями в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01; Київ. нац. екон. ун-т. Київ, 2004. 19 с.
10. Шевчук Л.Т., Федоришина Л.М. Міграційна акультурація: проблеми і наслідки в українському суспільстві. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2015. Випуск 6. Т. 20. С. 192-197.

References

1. Bohush, L.H. (2010), "Social capital and socio-humanitarian space: methodology, definition, interconnections, development vectors", *Ekonomika ta derzhava*, no. 4, pp. 15-20.
2. Haiduk, A.B. (1999), "Economic regulation of tourism services development", Thesis abstract Cand. Sc. (Econ.), 08.02.03, Lviv, Ukraine, 19 p.
3. Holod, A.P. (2017), *Bezpeka rehionalnykh turystychnykh system: teoriia, metodolohiia ta problemy harantuvannia* [Security of regional tourist systems: theory, methodology, and guarantee problems], monograph, LDUFK, Lviv, Ukraine, 350 p.
4. Holod, A.P. (2015), "Social and informational aspects of tourism security", *e-Journal VFU. Administratsiia, upravlenie i ikonomika*, VSU "Chernorizets Khrabr", Varna, Bulgaria, Iss. 8, available at: <http://ejournal.vfu.bg/bg/pdfs/Socialnie-3.pdf> (access date January 10, 2019).
5. Holod, A.P. (2014), "Social security of tourism in the region: the essence and methods of evaluation", *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seria «Ekonomichni nauky»*, Vydavnychiy dim "Helvetyka", Kherson, Ukraine, Iss. 9-2, Part 3, pp. 144-147.
6. Hryshkin, V.O. (2001), "Socialization of the economy as a reality of modern civilization development", *Aktualni problemy ekonomiky: zbirny k naukovykh prats*, Donetsk, Ukraine, Vol. 10, p. 31.
7. Zybareva, O.V. (2014), *Deviantna sotsializatsiia ekonomiky: rehionalnyi vymir* [Deviant socialization of the economy: a regional dimension], monograph, Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy, 383 p.
8. Niemets, L.M., Sehida, K.Yu. and Moshtakova, N.V. (2009), "Social and demographical and historical and cultural factors of tourism development", *Kultura narodov Prichernomoria*, no. 176, pp. 145-147.
9. Saliuta, Yu.M. (2004), "Socialization of the economy: objective necessity and main directions in Ukraine", Thesis abstract Cand. Sc. (Econ.), 08.01.01, Kyiv, Ukraine, 19 p.
10. Shevchuk, L.T. and Fedoryshyna, L.M. (2015), "Migration acculturation: problems and consequences in Ukrainian society", *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomika*, Issue 6, Vol. 20, pp. 192-197.

Голод А.П., Федоришина Л.М. СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Мета. Розробка методологічних засад дослідження соціальних проблем розвитку туризму та аналіз особливостей їх прояву в процесі організації міжнародного в'їзного туризму в Україні на прикладі міста Львова.

Методика дослідження. Теоретичною основою дослідження є наукові праці вітчизняних вчених з проблем розвитку туризму, особливостей формування туристичних дестинацій. Для досягнення поставленої мети використано наступні методи наукового дослідження: аналітичний і монографічний – при опрацюванні наукових, статистичних та Інтернет-джерел; табличний – для узагальнення трьох груп соціальних проблем організації міжнародного в'їзного туризму та шляхів їх вирішення; абстрактно-логічний – для узагальнення викладеного матеріалу і формулювання висновків.

Результати. Обґрунтовано, що розвиток дестинації, що базується на пріоритетності вирішення соціальних проблем туризму, має відбуватися на принципах системності (трактування дестинації як сукупності елементів (туристи, туристичні підприємства та інфраструктура, туристичні об'єкти та населення) та взаємозв'язків між ними), гуманізму (визначення основним пріоритетом функціонування дестинації задоволення різнопланових потреб людини) і сталості (забезпечення збалансованого розвитку дестинації, у тому числі через мінімізацію загроз для її природного та соціального середовища, що виникають у процесі здійснення туристичної діяльності). Доведено, що соціально-орієнтована дестинація має виконувати наступні функції: рекреаційну (відновлення

фізичних і психічних сил туристів), соціальну (забезпечення ефективної взаємодії різних соціальних груп – туристів, працівників сфери туризму і місцевого населення), економічну (отримання доходів від туристичної діяльності як підприємствами, так і територіальними громадами). Встановлено, що наявність соціальних проблем суттєво погіршує туристичний імідж регіонів і деструктивно впливає на ефективність функціонування відповідних регіональних туристичних систем.

Наукова новизна. Сформовано модель соціально-орієнтованої туристичної дестинації з визначенням принципів її розвитку та виконуваних функцій. Обґрунтовано шляхи вирішення соціальних проблем розвитку туризму на прикладі Львова з їх поділом на три групи, залежно від етапів туристичної діяльності, яких вони стосуються, – проблеми формування іміджу дестинації за кордоном, проблеми соціальної адаптації туриста у спільноті дестинації, проблеми забезпечення зворотного зв'язку.

Практична значущість. Результати проведеного дослідження можуть бути впроваджені владними інституціями з метою розробки/удосконалення й подальшої реалізації туристичної політики регіону загалом і зростання потоків міжнародного в'їзного туризму зокрема.

Ключові слова: туризм, туристичні дестинації, соціальні проблеми, туристична інфраструктура.

Holod A.P., Fedoryshyna L.M. SOCIAL PROBLEMS OF THE ORGANIZATION OF INTERNATIONAL CROSS-BORDER TOURISM IN UKRAINE

Purpose. The aim of the article is the development of methodological principles for studying social problems of tourism development and analysis of the peculiarities of their manifestation in the process of organization of international inbound tourism in Ukraine, for example, in the city of Lviv.

Methodology of research. The theoretical basis of research is the scientific work of domestic scientists on the problems of tourism development, features of the formation of tourist destinations. The following methods of scientific research are used to achieve this goal: analytical and monographic – in the processing of scientific, statistical and Internet sources; tabular – for generalization of three groups of social problems of organization of international inbound tourism and ways of their solution; abstract and logical – for generalization of the above material and the formulation of conclusions.

Findings. It is substantiated that the development of a destination, based on the priority of solving social problems of tourism, should be based on the principles of systematic (the interpretation of the destination as a set of elements (tourists, tourist enterprises and infrastructure, tourist objects and population) and the interconnections between them), humanism (definition of the main priority of the functioning of the satisfaction of diverse human needs) and sustainability (ensuring a balanced development of the destination, including through minimizing the threats to it naturally and social environment arising from the implementation of tourism).

It is proved that socially-oriented destination must fulfil the following functions: recreational (restoration of physical and mental forces of tourists), social (ensuring the effective interaction of various social groups – tourists, workers of the tourism sector and the local population), economic (receiving income from tourism as enterprises, as well as territorial communities). It is established that the presence of social problems significantly impairs the tourist image of the regions and destructively affects the efficiency of the functioning of the relevant regional tourism systems.

Originality. The model of socially-oriented tourist destination with the definition of the principles of its development and the functions performed is formed. The ways of solving social problems of tourism development on the example of Lviv with their division into three groups depending on the stages of tourism activity which they concern are substantiated – problems of forming the image of the placement abroad, problems of social adaptation of the tourist in the community of destination, problems of provision of feedback.

Practical value. The results of the conducted study can be implemented by the authorities in order to develop / improve and further implement the tourist policy of the region as a whole and the growth of flows of international inbound tourism in particular.

Key words: tourism, tourist destinations, social problems, tourist infrastructure.

Голод А.П., Федоришина Л.Н. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Цель. Разработка методологических основ исследования социальных проблем развития туризма и анализ особенностей их проявления в процессе организации международного въездного туризма в Украине на примере города Львова.

Методика исследования. Теоретической основой исследования являются научные труды отечественных ученых по проблемам развития туризма, особенностям формирования туристических дестинаций. Для достижения поставленной цели использованы следующие методы научного исследования: аналитический и монографический – при обработке научных, статистических и Интернет-источников; табличный – для обобщения трех групп социальных проблем организации международного въездного туризма и путей их решения; абстрактно-логический – для обобщения изложенного материала и формулирование выводов.

Результаты. Обосновано, что развитие дестинации, базирующееся на приоритетности решения социальных проблем туризма, должно происходить на принципах системности (трактовка дестинации как совокупности элементов (туристы, туристические предприятия и инфраструктура, туристические объекты и население) и взаимосвязей между ними), гуманизма (определение основным приоритетом функционирования дестинации удовлетворение разноплановых потребностей человека) и устойчивости (обеспечение сбалансированного развития дестинации, в том числе через минимизацию угроз для ее естественной и социальной среды, которые возникают в процессе осуществления туристической деятельности). Доказано, что социально-ориентированная дестинация должна выполнять следующие функции: рекреационную (восстановление физических и психических сил туристов), социальную (обеспечение эффективного взаимодействия различных социальных групп – туристов, работников сферы туризма и местного населения), экономическую (получение доходов от туристической деятельности как предприятиями, так и территориальными

общинами). Установлено, что наличие социальных проблем существенно ухудшает туристический имидж регионов и деструктивно влияет на эффективность функционирования соответствующих региональных туристических систем.

Научная новизна. Сформирована модель социально ориентированной туристической дестинации с определением принципов ее развития и выполняемых функций. Обоснованы пути решения социальных проблем развития туризма на примере Львова с их разделением на три группы в зависимости от этапов туристической деятельности, к которым они относятся, – проблемы формирования имиджа дестинации за рубежом, проблемы социальной адаптации туриста в сообществе дестинации, проблемы обеспечения обратной связи.

Практическая значимость. Результаты проведенного исследования могут быть внедрены властными институциями с целью разработки/усовершенствования и дальнейшей реализации туристической политики региона в целом и роста потоков международного въездного туризма в частности.

Ключевые слова: туризм, туристические дестинации, социальные проблемы, туристическая инфраструктура.