

котрої червоною ниткою проходять три провідні тези: нова епоха ставить нові завдання для соціальних працівників, і постає необхідність в застосуванні нових підходів і методологій для того, щоб бути спроможними вирішувати ці завдання; консолідація зусиль інституцій соціальної роботи державного та недержавного сектору всередині країн; об'єднання діяльності соціальних працівників усіх держав світу навколо вирішення соціальних проблем, що набули планетарного характеру [3].

Виступаючи інститутом громадянського суспільства, соціальна робота послідовно проходить у своєму розвитку еволюційний поступ від професійно здійснюваного суспільного виду діяльності в його позадержавному стані до державних форм організації, заперечуючи себе на кожному наступному етапі розвитку. Проте для досягнення суспільної згоди принципово необхідне якісне проведення соціальних робіт в тій чи іншій формі, оскільки знищення позадержавної соціальної роботи призведе до стагнації системи соціального захисту населення, в той час як руйнування державної системи зробить допомогу доступною лише для певної частини вразливих категорій населення.

На сьогодні жодна розвинена держава не може обійтися без висококваліфікованих соціальних працівників, які здобули необхідні компетенції в університетах та спеціальних навчальних закладах. Зростаючий вплив означених професіоналів зумовлений тим, що ці фахівці не лише професійно вирішують проблеми соціально вразливих категорій населення, але й здійснюють низку заходів по мінімізації рівня загального соціального напруження, шляхом дієвої участі в розробці законодавчих актів, реалізації міжнародних соціальних проектів, покликаних більш повно виразити інтереси різних категорій населення.

В результаті здійснення теоретичного дослідження вдалося дійти до наступних висновків: 1. Соціальна робота належить до провідних інститутів громадянського суспільства, проте перебуває в тісній співпраці з державою, що дозволяє послідовно створювати необхідні умови для реалізації приватних інтересів без загрози для інтересів суспільних. 2. Практика реалізації соціальної роботи є далекою від досконалості, що зумовлено двома факторами: розгортанням тенденцій її максимального одержавлення та формалізації, або ж зведенням участі держави в цій галузі до мінімуму. 3. В умовах хронічної адміністративної та фінансової нестабільності низки сучасних держав, надмірної політичної та ідеологічної заангажованості інших у прийнятті рішень щодо соціального сектору, майбутнє соціальної роботи, її життєздатність як окремої професії та наукової дисципліни залежать від здатності її представників відстоювати право на власне бачення проблем, на організаційну самостійність, на соціальне фінансування.

#### Список використаних джерел

1. Антология социальной работы: В 5 т. / Сост. М. В. Фирсов. – Москва: Сварог, 1995 – 400 с.
2. Энциклопедия для фахівців соціальної сфери / за заг. ред. проф. І. Звереві. – Київ, Сімферополь, 2012. – 536 с. [Електронний ресурс]. – [http://romny-mcss.edu.kit.sumy.ua/Files/downloads/ESW\\_final\\_save.pdf](http://romny-mcss.edu.kit.sumy.ua/Files/downloads/ESW_final_save.pdf)
3. Глобальная программа действий в социальной работе и социальном развитии: руководство к действию [Электронный ресурс]. – [http://ksp-nvkr.ru/globalnaya\\_programma\\_deystviy\\_v\\_sotsialnoy\\_rabote\\_i\\_sotsialnom\\_razvitiy\\_rukovodstvo\\_k\\_deystviyu](http://ksp-nvkr.ru/globalnaya_programma_deystviy_v_sotsialnoy_rabote_i_sotsialnom_razvitiy_rukovodstvo_k_deystviyu)

4. Энциклопедия социальной работы / Пер. с англ. Л. Ку-нельского. – Москва: Зорис, 1993. – 1994. – Т.2. – 441 с.

5. Этика социальной работы: принципы и стандарты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socfaqtor.wordpress.com/2009/05/04/>

6. Richmond M. Social diagnosis / M. Richmond. – New York: Russell Sage Foundation, 1917. – 493 p. [Electronic resource]. – [https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=oYS4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&ots=13grUS52mH&sig=yaR0dKGY3iRnclQ3keoWk2Xk3c&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=oYS4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&ots=13grUS52mH&sig=yaR0dKGY3iRnclQ3keoWk2Xk3c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

7. The Code of Ethics for social work [Electronic resource]. – <http://ethics.it.edu/ecodes/node/3936>

#### References

1. Antologiya sotsialnoy raboty: V 5 t. / Sost. M. Firsov. – Moskva: Svarog, 1995. – 400 s.

2. Entsiklopediia dlia fakhivtsiv sotsialnoi sfery / za zag. red. prof. I. Zvierievoi. – Kyiv, Simferopol, 2012. – 536 s. [Elektronnyi resurs]. – [http://romny-mcss.edu.kit.sumy.ua/Files/downloads/ESW\\_final\\_save.pdf](http://romny-mcss.edu.kit.sumy.ua/Files/downloads/ESW_final_save.pdf)

3. Globalnaya programma deystviy v sotsialnoy rabote i sotsialnom razvitiy: rukovodstvo k deystviyu [Elektronnyi resurs]. – [http://ksp-nvkr.ru/globalnaya\\_programma\\_deystviy\\_v\\_sotsialnoy\\_rabote\\_i\\_sotsialnom\\_razvitiy\\_rukovodstvo\\_k\\_deystviyu](http://ksp-nvkr.ru/globalnaya_programma_deystviy_v_sotsialnoy_rabote_i_sotsialnom_razvitiy_rukovodstvo_k_deystviyu)

4. Entsiklopediya sotsialnoy raboty / per. s angl. L. Kunelskogo. – Moskva: Zoris, 1993. – 1994. – Т.2. – 441 s.

5. Etika sotsialnoy raboty: printsipy i standarty [Elektronnyi resurs]. – <https://socfaqtor.wordpress.com/2009/05/04/>

6. Richmond M. Social diagnosis / M. Richmond. – New York: Russell Sage Foundation, 1917. – 493 p. [Electronic resource]. – [https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=oYS4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&ots=13grUS52mH&sig=yaR0dKGY3iRnclQ3keoWk2Xk3c&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=en&lr=&id=oYS4BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&ots=13grUS52mH&sig=yaR0dKGY3iRnclQ3keoWk2Xk3c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

7. The Code of Ethics for social work [Electronic resource]. – <http://ethics.it.edu/ecodes/node/3936>

*Kolotylo M. A., PhD in Philosophy, lecturer of Philosophy Chair, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (Ukraine, Kyiv), kolotylo.mariana@gmail.com*

#### Philosophy of modern social work in the context of civil society

*The historical exploration of the specifics and peculiarities of the functioning of the social work institute made it possible to find out that its evolutionary progress was subjected to transformations from understanding it as a component of state social policy through the transition to the space of functioning of civil society to the awareness of the present role of social work as a meeting place of both institutions for the solution of a number of global civilizational problems and ensuring the innovative development of mankind.*

*The emphasis is placed on the fact that the modern practice of social work is determined by two factors, namely: on the one hand, the development of the tendencies of its maximum nationalization and formalization; on the other – the reduction of state participation in this area to a minimum. As a result, it has been argued that social work as an institution of civil society needs systematic support from the state side, both nationally and globally, in view of the increasing participation of social workers in shaping the prospective scenarios of the future.*

**Keywords:** social work, social worker, state, civil society, community, state social service.

\* \* \*

УДК 130.2

**Гарбар Г. А.,**  
доктор філософських наук, професор кафедри музичного мистецтва, Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв» (Україна, Миколаїв), [masha.garbar@mail.ru](mailto:masha.garbar@mail.ru)

#### Сучасна державна політика України у сфері гостинності й туризму

*Головною складовою та фактором розвитку гостинності для будь якої держави є туризм. В Україні створилася екстремно несприятлива ситуація у сфері туризму завдяки непослідовній політиці державної влади та неефективній*

діяльності виконавчих органів. З огляду на це, питання ефективного державного регулювання туристичної галузі набуває нагальної необхідності.

**Ключові слова:** сучасна державна політика, сфера гостинності, туризму.

Головною складовою та фактором розвитку гостинності для будь якої держави є туризм. Туризм – це важлива складова зовнішньоекономічної діяльності кожної держави світу, в той же час – це одна з найбільших і прибуткових галузей світової економіки. У багатьох країнах міжнародний туризм є провідною галуззю економіки, надійним джерелом поповнення бюджету. При цьому іноземний туризм, як важливе джерело валютних доходів держави і найбільш вигідна форма експорту послуг, дає можливість успішно вирішити багато соціально-економічних питань в тих країнах, де успішно розвивається ця галузь. Доля доходів від загальної світової торгівлі туристичних послуг складає приблизно 7%. При цьому в абсолютному вираженні вони поступаються лише доходам від торгівлі на світовому ринку нафтою і нафтопродуктами, і авто експорту, майже удвічі перевищуючи дохід від торгівлі метизами, втричі – зерном і газом. Нажаль, в Україні створилася вкрай несприятлива ситуація у сфері туризму не тільки у результаті проведення АТО і тимчасової окупації Криму та території Донецької та Луганської областей, але й завдяки непослідовній політиці державної влади та неефективній діяльності виконавчих органів. З огляду на це, питання ефективного державного регулювання туристичної галузі набуває нагальної необхідності.

Оскільки можливості саморегуляції системи туризму практично вичерпані, держава повинна передбачити заходи, спрямовані на стримування стихійного розвитку туризму. При цьому уряд повинен забезпечити базу інфраструктуру для розвитку туризму й вжити спеціальних заходів з підтримки індустрії туризму [7]. Необхідність впливу органів державної влади на розвиток туризму доведена світовою практикою, а саме, в Гаазькій декларації по туризму зазначено, що туризм має плануватися державною владою на комплексній і послідовній основі з урахуванням усіх аспектів цього феномена.

Слід наголосити на зацікавленості вчених до досліджуваної проблематики. Чимало науковців пропонують стратегії (Ю. Алексеева, Ю. Вишневська), концепції (А. Поліщук, В. Полюга) програми, моделі (Ю. Гріку-Андрієт, Н. Остапюк) державного регулювання розвитку туризму в Україні. Так, О. Шаптоло запропонував концепцію державної політики у сфері курортної справи. Особливу увагу заслуговує доробок П. Гамана, який розробив наукову концепцію державного впливу на розвиток рекреаційної сфери регіонів. О. Ахмедова досліджувала вітчизняний досвід державного регулювання розвитку індустрії туризму. Ю. Алексеевою розроблено низку практичних рекомендацій щодо формування стратегії державного регулювання розвитку туристичної галузі України. Л. Побоченко у своїх працях обґрунтовує пріоритетні напрями і механізми державної підтримки розвитку індустрії туризму.

*Мета статті* полягає в аналізі сучасної державної політики України у сфері гостинності й туризму та розробці теоретичних і практичних положень, стратегії розвитку туристичної сфери в умовах євроінтеграційного розвитку України.

Однією з головних проблем розвитку індустрії гостинності України є також створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже існуючих підприємств. Другою за вагомістю проблемою розвитку туристичної галузі є формування системи якісних послуг, які б відповідали міжнародним стандартам. Для цього вкрай необхідно визначити утвердження гостинності як державної справи і політики.

Законом України «Про туризм» [6], розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення концепції Державної ділової програми розвитку туризму на період до 2022 року» від 1 серпня 2013 р. №638-р туризм визнано одним з пріоритетних напрямків господарської діяльності, що визначає державну увагу й проведення стимулюючої державної туристичної політики. Однак інституційно-організаційна підсистема індустрії туризму країни знаходиться в стадії перманентного реформування, що значно ускладнює проведення послідовної туристичної політики і не стимулює розвиток інвестиційного процесу. Державну туристичну політику на ринках міжнародного та внутрішнього туризму впроваджує Державна туристична адміністрація України шляхом координації інтересів державних і місцевих органів влади, некомерційних організацій та комерційних суб'єктів ринку [3, с. 4]. Фундаментом даної національної політики виступає Державна програма розвитку туризму на період до 2020 року. Дана політика та нормативні акти покликані стимулювати ефективно використання наявних рекреаційних ресурсів, підвищити рівень міжгалузевого співробітництва, стимулювати розвиток ринкових відносин у туристичній сфері, визначити перспективи подальшого розвитку туризму на основі аналізу його сучасного стану.

Механізм реалізації туристичної політики включає:

- складання цільових програм із розвитку туризму на рівні держави та регіонів;
- розробку конкретних заходів щодо досягнення поставленої стратегічної мети;
- державне регулювання туристичної галузі [1, с. 15].

Таким чином, державна політика України в сфері гостинності туризму передбачає модернізацію та реконструкцію матеріально-технічної бази готельного, ресторанного, транспортного, комунікаційного господарства та приведення їх у відповідність до світових стандартів обслуговування [7, с. 2].

Держава, визнаючи туристську діяльність як одну з пріоритетних галузей національної економіки, здійснює її регулювання у відповідності з наступними принципами:

- сприяти туристичній діяльності і створювати сприятливі умови для її розвитку;
- визначати і підтримувати пріоритетні напрями туристської діяльності;
- формувати представлення про Україну як про країну, сприятливу для туризму;
- здійснювати підтримку і захист українських туристів, туроператорів, турагентів і їх об'єднань [9, с. 37].

Одна з основних цілей державного регулювання туристської діяльності – забезпечення права громадян на відпочинок, свободу пересування і інших прав при здійсненні подорожей. Необхідність координації підприємницької діяльності, представлення і захист

загальних майнових інтересів, спонукає туроператорів і турагентів створювати об'єднання, що не суперечать законодавству. Держава сприяє розвитку туристської діяльності за допомогою сприяння в підготовці кадрів, організації наукових досліджень у сфері туристської індустрії, забезпеченню картографічною продукцією й іншими способами. За підтримкою держави українські туристи, туроператори, турагенти і їх об'єднання беруть участь у міжнародних туристських програмах.

Кардинальні зміни у тенденціях розвитку сучасного туризму як соціально-економічного та культурно-комунікативного інституту об'єктивно потребують вжиття адекватних практичних дій з боку суб'єктів туристської діяльності всіх рівнів. Подальший розвиток готельного господарства як важливої складової соціальної інфраструктури туризму має стати ефективним засобом вдосконалення сфери туризму, необхідно передумовою для поступового інтегрування у світове господарство [4, с. 3].

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні, цільові, національні та інші програми розвитку туризму [5].

На даний момент в Україні затвержені і впроваджуються в життя такі програми розвитку туризму:

1. «Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (ПКМУ від 16.03.2017 р. №168-р);
2. «Програма підтримки розвитку внутрішнього туризму в Україні»;
3. «Програма розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів на основних транспортних магістралях у 2010–2020 роках».

Таким чином, гостинність має стати державною політикою завдяки наступним факторам. По-перше, глобалізація сучасного світу є наслідком зміни змісту і характеру праці, що викликає значне підвищення мобільності людини не тільки у статусі робочої сили, оскільки нині виробниче спілкування стає інтенсивним і не прив'язаним до конкретного робочого місця. Техногенний характер праці змінюється на більш гуманітарний, тому людина починає відчувати власну спроможність і потребу більше знати, більше спостерігати, бути присутньою особисто там, де відбуваються події, які визначають сутність епохи. По-друге, туристська діяльність людини та її наслідки задовольняють потреби людини у відтворенні як біосоціальної істоти, яка не може довго перебувати в умовах монотонності і рутинності, а потребує нових емоційно-чуттєвих вражень, збагачення власного і вивчення накопиченого іншими позитивного досвіду облаштування повсякденного життя і набуття сталих форм соціального розвитку. По-третє, туризм є джерелом економічного зростання будь-якої країни, оскільки у цій сфері циркулюють досить великі фінансові потоки, що виникають на основі зростання значення форм дозвілля людини і є її добровільним власним прагненням до використання людинотворчої

спрямованості туризму. По-четверте, туризм водночас є найбільшою і найдинамічнішою індустрією світу, розгалуженою соціальною службою, яка надає робочі місця мільйонам людей.

Гостинність виступає як державна справа не тільки тому, що це досить прибуткова для держави діяльність, а також тому що туризм, як галузь економіки, може існувати та розвиватися при наявності як мінімум двох умов: вільного часу та матеріальних джерел для його організації. На обсяг попиту впливають численні макроекономічні соціальні фактори: грошові надходження та витрати населення, структура витрат, споживчі ціни, приріст заощаджень, частка туристсько-екскурсійних витрат у платних послугах. Тому державне завдання підвищення благополуччя населення – запорука розвитку індустрії гостинності та туризму.

Туристська гостинність – це найважливіша ознака туризму як соціокультурного явища. Вона доповнює соціально-психологічний та культурний ефект подорожування, надаючи останньому привабливості, комфортності, змістовності та раціональності в умовах обмеженого часу [8].

Іншою важливою метою державного регулювання є охорона навколишньої природного середовища. Підприємництво в сфері туризму пов'язано з використанням природних рекреаційних туристських ресурсів у вигляді лікувально-оздоровчих місцевостей, земель, лісів, водних ресурсів, природних заповідників, національних парків, курортів і т.д. Оскільки природні ресурси, як це встановлено законодавством, знаходяться в державній власності, то в умовах змішаної ринкової економіки, їх використання в сфері туризму базується на орендних відносинах. Охорона навколишнього природного середовища повинна здійснюватися таким чином, щоб у ході туристської діяльності створювалися умови для виховання культури, утворення й оздоровлення туристів [9, с. 38].

Держава ставить за мету, розвиток туристської індустрії, щоб забезпечити потреби громадян при здійсненні подорожей. Одночасне формування туристської індустрії повинне бути орієнтоване на створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і українських громадян, збереження об'єктів туристського показу, раціональне використання природної, історичної, культурної спадщини, зміцнення міжнародних контактів. При зазначеній постановці питання важливим чинником, що потребує визначення стає формування ринкової вартості гостинності.

В оптимальному варіанті подорожування має бути недорогим, безпечним, швидким та необтяжливим, але комплекс побажань, вимоги щодо комфортності мандрівок у різних клієнтів різні. Визначення відчутної цінності послуги – це попередній аналіз можливостей задовольнити запити споживачів. Оцінка якості кожної конкретної послуги залежить від того, наскільки близькою вона є до запитів клієнтів, а комплексна їх оцінка складає головний зміст якості туристичного обслуговування. У найпростішому вигляді вартість послуги є споживна, в основі якої лежить суб'єктивна оцінка споживачем корисного ефекту послуги.

Вартість послуги, як і будь-якого товару – це суспільне необхідна кількість втіленої праці і капіталу виробників, яку споживачі здатні й готові оплатити

грошима завдяки платоспроможності. Споживна вартість послуги – це її здатність задовольняти конкретні потреби споживачів, визначальною ознакою якої є якість послуги. Відчутна цінність послуги для покупця – це різниця між ринковою ціною й цінністю послуги в уяві покупця. Якщо ця різниця із знаком «–» – це є виміром так званої «споживчої вигоди» та запасу конкурентоспроможності послуги.

При цьому ціноутворюючими факторами є:

- вартість (собівартість) виробництва послуг і нормативний дохід турфірми;
- рівень і динаміка конкуруючих цін;
- співвідношення попиту та пропозиції на туристичні послуги на ринку [9, с. 145].

Як визначає С. Гаврилюк у монографії про конкурентоспроможність туризму [4], позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише у тому випадку, якщо він розвивається всебічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна ефективність туризму передбачає, що він у державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Отже, гостинність – це процес прийняття і обслуговування гостей. Цей процес в широкому соціально-економічному значенні є складовою туризму, що визначається як сукупність відносин, зв'язків і явищ, які виникають під час переміщення і перебування людей в місцях, не пов'язаних з їх постійним проживанням або трудовою діяльністю.

Формування ринкової вартості гостинності ускладнюється наступними чинниками. По-перше, послуга не існує до її надання, тобто продукт створюється в процесі надання послуги. Це робить неможливим порівняння пропозицій двох різних продавців, двох конкуруючих фірм навіть у тому випадку, коли продукти здаються ідентичними. Порівняння можливе лише після здобуття послуги, тоді як товари в матеріальній формі можна порівнювати різними способами ще до покупки. Єдине, що можна зробити на ринку послуг, – порівняти вигоди очікувані і отримані. По-друге, часто надання послуг вимагає спеціальних знань і майстерності, яку покупцеві важко не лише оцінити, але частенько і зрозуміти. Висока міра невизначеності при наданні послуг ставить клієнта в украй невідгдане становище, може викликати почуття образи, настороженості, підозрливості. Нерідко клієнт прагне працювати з одним і тим же продавцем – страховим агентом, туристською фірмою і так далі. Ця інерція працює на продавця, оскільки вона в даному випадку є головним чинником повторюваності контактів.

Специфіка послуг туризму відбивається на процесі їхнього ціноутворення. Для них характерна висока еластичність цін у різних сегментах туристського ринку, що залежить від співвідношення попиту та пропозиції. Нематеріальна природа, неможливість зберігання послуг обумовлюють особливості ринкового ризику, пов'язаного з утворенням нереалізованих запасів туристичного призначення, а також імовірність того, що ціна на ці товари і послуги може бути збита конкурентами. Виникає небезпека «цінових війн» у різних секторах індустрії туризму, що загострюється сезонною диференціацією цін, їхньою залежністю від

цін і тарифів на товари і послуги сумісних галузей. Державне регулювання повинне враховувати цю специфіку при здійсненні перегляду цін і тарифів на послуги галузей із природною монополією [9, с. 39].

Більшість із зазначених складових державної політики у сфері гостинності туризму базуються на переліку сфер, зазначених у загальній частині Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженій Постановою Кабінету Міністрів України від 06 серпня 2014 р. №385:

- транспорт та інфраструктура;
- економічний розвиток та інвестиції;
- підприємництво і регуляторне середовище;
- конкурентна політика;
- ринок праці; освіта і наук;
- інноваційна діяльність.

Отже, формування та реалізація державної політики у сфері гостинності й туризму здатне забезпечити створення сприятливих умов для подальшого розвитку вітчизняної індустрії туризму.

#### Список використаних джерел

1. Алексєєва Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис. ... к.держ. упр.: спец.25.00.02 «Механізми державного управління». – Одеса, 2005. – 20 с.
2. Ахмедова О. О., Сікорська І. М. Туристична індустрія як об'єкт державного регулювання // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2014. – Вип.8. – С.40–47.
3. Бухаріна Л. М. Державна туристична політика України // Держава та регіони. (Серія «Державне управління»). – 2008. – №1. – С.46–50.
4. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств туристичних послуг: автограф. дис. ... к.е.н.: 8.06.02 «Підприємництво, менеджмент, маркетинг» / С. П. Гаврилюк. – К., 2001. – 24 с.
5. Гаман П. І. Особливості функціонування механізму державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні // Держава та регіони. (Серія «Державне управління»). – 2008. – №2. – С.39–44.
6. Гостєва Н. П. Механізми реалізації державної політики в галузі туризму // Держава та регіони. (Серія «Державне управління»). – 2009. – №3. – С.27–32.
7. Камушков О. С. Управління розвитком туристичної сфери України: автореф. дис. к.е.н.: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». – Запоріжжя, 2010. – 25 с.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
9. Пуцентайло П. П. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: [навч. посіб.] / П. П. Пуцентайло. – К.: НУЛ, 2007. – 300 с.

#### References

1. Aleksjejeva Ju. V. Derzhavne reguljuvannja rozvytku turystrychnoi' galuzi Ukrai'ny v konteksti dosvidu Francii': avtoref. dys. ... k.derzh.upr.: spec.25.00.02 «Mehanizmy derzhavnogo upravlinnja». – Odesa, 2005. – 20 s.
2. Ahmedova O. O., Sikors'ka I. M. Turystychna industrija jak ob'jekt derzhavnogo reguljuvannja // Visnyk Volyn'skogo instytutu ekonomiky ta menedzhmentu. – 2014. – Vyp.8. – S.40–47.
3. Buharina L. M. Derzhavna turystychna polityka Ukrai'ny // Derzhava ta regiony. (Serija «Derzhavne upravlinnja»). – 2008. – №1. – S.46–50.
4. Gavryljuk S. P. Konkurentospromozhnist' pidpryjemstv turystrychnyh poslug: avtograf. dys. ... k.e.n.: 8.06.02 «Pidpryjemnyctvo, menedzhment, marketyng» / S. P. Gavryljuk. – K., 2001. – 24 s.
5. Gaman P. I. Osoblyvosti funkcionuvannja mehanizmu derzhavnogo reguljuvannja rozvytku turyzmu na regional'nomu rivni // Derzhava ta regiony. (Serija «Derzhavne upravlinnja»). – 2008. – №2. – S.39–44.
6. Gostjeva N. P. Mehanizmy realizacii' derzhavnoi' polityky v galuzi turyzmu // Derzhava ta regiony. (Serija «Derzhavne upravlinnja»). – 2009. – №3. – S.27–32.

7. Kamushkov O. S. Upravlinnja rozvytkom turystychnoi' sfery Ukraïny: avtoref. dys. k.e.n.: spec. 08.00.03 «Ekonomika ta upravlinnja nacional'nym gospodarstvom». – Zaporizhzhja, 2010. – 25 s.

8. Ljubiceva O. O. Rynok turystychnyh poslug / O. O. Ljubiceva. – K.: AI'terpres, 2002. – 436 s.

9. Pucentajlo P. R. Ekonomika i organizacija turystychno-gotel'nogo pidpryemnytva: [navch. posib.] / P. R. Pucentajlo. – K.: NUL, 2007. – 300 s.

**Garbar G. A.**, doctor of philosophical sciences, professor of the Department of Musical Art, Separated subdivision «Mykolajiv Branch of the Kiev National University of Culture and Arts» (Ukraine, Mykolaiv), masha.garbar@mail.ru

#### Modern state policy of Ukraine in the field of hospitality and tourism

*Tourism is the main component and factor for the development of hospitality for any country. Ukraine has created an extremely unfavorable situation in the field of tourism due to inconsistent policies of state power and ineffective executive agencies. In view of this, the issue of effective state regulation of the tourism industry becomes urgent.*

**Keywords:** modern state policy, sphere of hospitality, tourism.

\* \* \*

УДК 374.2:355.233(075.8)

**Голик М. М.,**

кандидат історичних наук, доцент,  
полковник запасу, доцент кафедри гуманітарних наук,  
Національна Академія сухопутних військ ім. гетьмана П. Сагайдачного (Україна, Львів),  
mycolca@gmail.com

**Лівінська Ю. Г.,**

капітан, асистент кафедри МПЗ діяльності військ НАСВ,  
Національна Академія сухопутних військ ім. гетьмана П. Сагайдачного (Україна, Львів),  
mycolca@gmail.com

#### Методичні основи культурологічної роботи в Збройних силах України

*Стаття присвячена філософським проблемам знання природи та методичні основи культурологічної роботи її місця та ролі в Збройних силах України.*

**Ключові слова:** Збройні сили України, культура, культурологія, культурологічна робота, морально-психологічне забезпечення.

У сучасних умовах перед українською армією постає актуальне питання зміцнення морального духу, психологічного стану та міцної військової дисципліни в часи активного протистояння російській військовій навалі. Саме культурологічна робота і є одним із напрямів інформаційно-пропагандистського забезпечення діяльності сучасних Збройних сил України та невід'ємною складовою морально-психологічного забезпечення.

Проблему культурологічного виховання в Збройних силах України досліджували В. І. Темко, А. Л. Пап'якян, С. М. Станіславчук, М. П. Козирев, О. В. Бойко, А. М. Романишин, М. М. Голик, Г. М. Шевкун та інші. Проблеми методики, методології, змісту, сутності, методів та засобів організації культурно-просвітницької роботи так чи інакше потрапляли в поле зору науковців-дослідників. Частина із них (В. А. Ремізов, В. І. Анікович, Б. Г. Комський, Є. В. Кирпич, А. В. Осипенко, В. І. Анікович, І. М. Подобед) вже не можна використати в силу ідеологічних штампів.

*Мета та завдання дослідження.* Дана стаття має на меті розкрити методичні основи проведення культурологічної роботи в ЗСУ як чинника формування високого морально-психологічного стану війська. Основним завданням є аналіз протиріч, перспектив та сучасних поглядів на місце та роль культурологічної роботи в системі морально-психологічного забезпечення українського війська та її методичну складову [1–4].

Розкриваючи методичні основи культурологічної роботи в (Збройних силах України) ЗСУ слід розпочати із **засобів ідейного та емоціонального впливу** в культурологічній роботі. Під засобами ідейного й емоціонального впливу в культурологічній роботі розуміють визначені джерела і фактори цілеспрямованого впливу на психіку людини. Ці засоби постійно розвиваються й удосконалюються, що значно впливає на підвищення ефективності їх використання [11]. До засобів ідейного й емоціонального впливу відносяться усна, друкована, наочна пропаганда й агітація, мистецтво, наука, радіомовлення та телебачення. Засоби ідейного й емоціонального впливу та технічні засоби інформації можуть бути використані як автономно, так і спільно. Вагомим засобом ідейного й емоціонального впливу є **живе слово** – сильна й незмінна зброя. Воно складає основу усної пропаганди й агітації. В перекладі «пропагувати» – означає розповсюджувати знання, ідеї, погляди, теорії. Зміст пропаганди – розповсюджувати, передавати національні ідеї, зробити їх надбанням людей. Живе слово було й залишається найдоступнішим та образним засобом усної пропаганди у військовому підрозділі [9, с. 276–478]. Усна пропаганда й агітація має велике значення в сучасних умовах військового протистояння. Це зобов'язує командирів та офіцерів морально-психологічного забезпечення тісно пов'язувати пропагандистську та культурологічну роботу з конкретними бойовими завданнями. **Періодична преса** є важливим засобом ідейного й емоціонального впливу та національного виховання, формування гармонійного розвитку особистості. Газети й журнали, які надходять у військові частини, особливо в зоні бойових дій на Сході нашої держави, широко висвітлюють явища та події міжнародного життя, пропагують передовий досвід й надають суттєву допомогу в організації навчальної, виховної роботи з воїнами, мобілізації їх на успішне виконання завдань та укріплення оборонної могутності держави. На сторінках періодичної преси роз'яснюється політика держави, сутність й вимоги Конституції України, преса допомагає глибоко усвідомити військовий обов'язок, вимоги військової присяги й статутів, пропагує політичні й військові знання, передовий досвід ведення бойових дій та знайомить із досягненнями в галузях науки, техніки, літератури, мистецтва й спорту. Періодичні видання включають у себе газети, журнали, інформаційні бюлетені, в тому числі рукописні й стінні [12, с. 23–27, 31–36]. Організатори культурологічної роботи повинні володіти методикою й навичками активного використання періодичних видань у процесі виховання й освіти воїнів та членів сімей військовослужбовців. Особливо ефективними, на нашу думку, є **засоби наочної агітації й пропаганди**, які покликані у яскравій, ідейно-змістовній й художній формі доводити політику держави, її ідеї, заклики до свідомості військовослужбовців, тим самим сприяти