

УДК 338.48

Мілінчук О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організації і адміністрування,
Житомирський державний технологічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ТУРИЗМУ ЯК ОБ'ЄКТА НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Туризм є визнаним світовим соціально-економічним феноменом, проте як об'єкт наукових досліджень в зарубіжній літературі виник лише в 1960-х рр. Формування підходів до вивчення туризму в міжнародних академічних колах продовжується до сьогодні. В даній статті розглянуто еволюцію поглядів на туризм як об'єкт наукових досліджень впродовж останніх 50 років на основі вивчення англomовних джерел. Туризм як об'єкт наукових досліджень формувался тривалий період, проте, незважаючи на наукову зрілість, залишається актуальним питання поєднання бізнес та не бізнес підходів до його вивчення з метою отримання позитивних соціальних змін та з метою зміни громадської думки щодо негативного впливу туристичної індустрії на соціокультурне та природне середовище. У вітчизняному просторі лише починається формування власного наукового бачення туризму, тому історична перспектива буде цікавою для глибшого розуміння вже існуючого наукового надбання в англomовних джерелах.

Ключові слова: туризм як об'єкт наукових досліджень, розвиток туризму, соціальний підхід, бізнес підхід, міждисциплінарність, постдисциплінарність.

ЭВОЛЮЦИЯ ТУРИЗМА КАК ОБЪЕКТА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Милицук О.В.

Туризм является признанным мировым социально-экономическим феноменом, при этом как объект научных исследований в зарубежной литературе возник лишь в 1960-х гг. Формирование подходов к изучению туризма в международных академических кругах продолжается до сегодня. В данной статье рассмотрено эволюцию взглядов на туризм как на объект научных исследований в течение последних 50 лет, опираясь на изучение англоязычных источников. Туризм как объект исследований формировался длительный период, но, несмотря на научную зрелость, остается вопрос использования бизнес и не бизнес подходов в его изучении с целью получения дальнейших социальных изменений и с целью изменения общественного негативного видения влияния туристической индустрии на социо-культурную и природную среду. В отечественном пространстве лишь начинается формирование собственного научного взгляда на туризм, поэтому историческая перспектива будет интересной с целью более глубокого понимания уже существующего научного достояния.

Ключевые слова: туризм как объект научных исследований, развитие туризма, социальный подход, бизнес подход, междисциплинарность, постдисциплинарность.

EVOLUTION OF TOURISM STUDIES AS RESEARCH OBJECT

Milinchuk O.

Tourism is a world recognized socio-economic phenomenon but as a research object its formation origins in the 1960s. The main academic approaches to tourism studies have been formatting till recently. The article indicates evolutions of views on tourism as research object during the last 50 years and how

its development can be divided into three major periods based on English literature analysis. Tourism as a research object has come a long way but, despite the maturation signs, there are still the challenge of effective collaboration between business and non-business approaches in order to bring positive social changes in tourism and in order to change the public mind where tourism industry mostly creates negative environmental and socio-cultural changes. In the Ukrainian academic environment, the view on tourism as research object is in its infancy and historical navigation can be important for deeper understanding existing scientific achievements.

Keywords: tourism as a research object, tourism development, social approach, business approach, inter-disciplinarity, post-disciplinarity.

Постановка проблеми. Туризм як явище існує з давніх часів, проте сучасну комерційну форму набув в сер. XIX ст., а масовий характер в сер. XX ст. після другої світової війни. Цьому сприяв цілий ряд економічних (розвиток сфери послуг, зростання доходів населення, поява середнього класу, споживча культура), демографічних (зростання кількості населення та тривалості життя, урбанізація, зміна цінностей), політичних (глобалізація, міжурядові домовленості щодо спрощення туристичних формальностей), технологічних (удосконалення транспортних перевезень, інформаційні та комунікаційні технології) факторів. Всі перераховані фактори та інші світові тенденції позитивно вплинули на розвиток індустрії туризму, що відповідно спонукало формуванню туристичної освіти та наукового дослідження туризму як «феномену XX століття».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туризм як об'єкт досліджень є відносно новим академічним напрямком і був сформований протягом останніх 50 років. Ряд зарубіжних авторів намагались систематизувати погляди на туризм як на об'єкт досліджень. Найбільш відомими є «платформи» розвитку туризму, що запропоновані редактором найвпливовішого туристичного журналу «Хроніки туристичних досліджень» Джафаром Джафарі: інформаційно-пропагандистська (англ. advocacy platform), яка сформована в 1960-х рр. переважно вченими-економістами; попереджувальна (англ. cautionary platform) 1970-х рр., яка показала не лише позитивні, а й негативні впливи туризму; адаптаційна (англ. adaptancy platform) 1980-х рр., що характеризується переключенням уваги на альтернативні до масового види туризму; платформа знань (англ. knowledge platform) 1990-х рр., для якої характерний міждисциплінарний цілісний погляд на туризм [7, с. 108-110]. В межах запропонованої хронологічної послідовності проф. Девід Айрі виділив наступні етапи: індустріальний (як відповідь на потреби зростаючої туристичної індустрії); фрагментарний (формування міждисциплінарного підходу до досліджень); бенчмаркетинговий (формування меж туристичної науки) та етап зрілості (автор залишає питання зрілості риторичним) [1, с. 27-32]. Ірена Ател'евич, проф. Інституту туризму в Хорватії, досліджуючи історію туристичних знань, виділяє три періоди їх розвитку: 1) кін. 1960-1970 рр. – ранні академічні роботи представників соціальних наук; 2) 1980-1990 рр. – наукове бачення бізнес-процесів в туризмі; 3) 2000 рр. – посилення критично-соціальних підходів до дослідження туризму [2, с. 91-92]. Однією із останніх робіт щодо систематизації поглядів на дослідження в сфері туризму є стаття Метіна та Назмі Козак, які виділили два періоди: 1) 1960-1990 рр. характеризується виникненням туризму як особливо важливого елементу нової економіки, соціальних та політичних реалій; 2) 1990 рр. і до сьогодні впливовими є інтернаціоналізація та популяризація туристичних досліджень [8, с. 11-18].

Вищеперераховані автори публікуються переважно англійською мовою, тому у вітчизняному науковому середовищі їх дослідження не використовуються. Проте в Україні відбуваються аналогічні до міжнародних процеси популяризації туристичної освіти та формування наукових досліджень в туризмі. Тому вивчення західного досвіду дозволить пришвидшити та покращити власне розуміння розвитку туристичної науки.

Мета статті. Метою написання статті є вивчення еволюції туризму як об'єкту наукових досліджень у західних англосовітських джерелах та виокремлення на цій основі основних етапів становлення концептуального міждисциплінарного підходу до наукового дослідження туризму.

Виклад основних результатів дослідження. Дослідження туризму як соціально-економічного феномену розпочалося на поч. 1960 рр. і сформоване представниками соціальних наук, таких як антропологія, соціологія, географія, економіка і соціальна психологія. Д. Наш [10] зазначив, що особливо західна школа антропології та соціології відіграла провідну роль у формуванні та розвитку міждисциплінарного підходу до туризму в соціальних науках. «Першим поколінням дослідників туризму» були Деннісон Наш, Джереми Бойсван, Ерік Кохен, Малкольм Крік, Грехем Данн, Нельсон Грабурн, Джафар Джафарі, Марі-Франсуа Ланфан, Дін МакКоннел, Майкл Пікад, Вален Сміт, Маргарет Бірн Свейн і П'єр ван ден Берг. Зазначені вчені досліджували вподобання західних туристів, які відвідували країни, що розвиваються, та вплив даної групи туристів на соціальні та культурні зміни в приймаючих країнах (антропологія культури аборигенів). Іншим напрямком досліджень було вивчення мотивації подорожувати в обрані країни (соціологія відпочинку). Прикладом важливих концепцій та теорій, які виникли в даний період, є туризм як сучасний підхід до формування нового класу відпочиваючих (МакКаннел, 1976); фальшива/усталена автентичність (Сміт, 1977), концепція граничності та переходу (Грабурн, 1977), типологія туризму та форми туристичного досвіду – сприйняття незнайомих місць та туризм як паломництво (Кохен, 1973, 1974, 1979); туризм як форма імперіалізму (Наш, 1977). З іншого боку, вчені-географи та економісти були більш сконцентровані на дослідженні впливу туризму на навколишнє середовище та економічний стан приймаючих країн, а також загальні питання регіонального розвитку (Брайден, Фарбер, 1971; Піс, 1987; Матісон і Уолл, 1982).

Дослідження туризму в 1960-1980 рр. характеризуються критичним і досить песимістичним поглядом на розвиток міжнародного туризму, в якому туристи розглядаються як ті, що руйнують автентичну культуру місцевого населення і є факторами серйозного негативного соціального та культурного впливу. На думку вчених, туризм як соціокультурне явище є «продуктом» капіталізму. МакКаннел (1973) запропонував соціологічну роботу, в якій визначав міжнародні подорожі як ключовий символ капіталізму та сучасності. Не відчуваючи зв'язку із реальним урбанізованим

Таблиця 1. Найбільш цитовані роботи в сфері туризму (1996-2010)

| Автор | Назва | Джерело | Кількість цитувань |
|---|--|------------------------------|--------------------|
| Дж. Уррі (Urry J., 1990) | Погляд туриста: відпочинок та подорожі в сучасному суспільстві | Книга | 185 |
| Р. У. Батлер (Butler R.W., 1980) | Концепція еволюції туристичного циклу: впровадження в управління ресурсами | Canadian Geographer (стаття) | 161 |
| Д. МакКаннелл (MacCannell D., 1976) | Туристи: нова теорія класу відпочиваючих | Книга | 149 |
| С. Ганн (Gunn S.A., 1979) | Туристичне планування | Книга | 109 |
| А. Меттісон, Дж. Уолл (Mathieson A., Wall G., 1982) | Туризм: економічний, фізичний та соціальний впливи | Книга | 109 |
| В. Сміт (Smith V.L., 1977) | Господарі та гості: антропологія туризму | Спецвипуск | 107 |
| Дж. Кромптон (Crompton J.L., 1979) | Мотивація для гарної відпустки | Annals of Tourism Research | 104 |

Джерело: [5, с. 135]

суспільством, туристи шукали автентичності та життя в «рідних культурах для інших», чому серйозно суперечили комерціалізація та інституціоналізація туристичної індустрії, як наслідок, виникнення поняття «фальшивої автентичності» (Кохен, 1973; Грінвуд, 1977).

Аналіз найбільш цитованих праць в сфері туризму, підтверджує переважну популярність в академічних колах праць першого покоління дослідників туризму (табл. 1).

Очевидно з перших туристичних теорій, що, крім критичного погляду та справжнього бажання «врятувати» приймаючі країни від «золотих орд туристів» та «жадібних готельних корпорацій», їх витоки сформовані євроцентричним мисленням, що базується на таких протиріччях як ми/інші, наше/їх, розвинуті/нерозвинуті, сучасні/традиційні, автентичні/фальшиві, рідні/чужі, центральні/периферійні, західні країни/країни «третього світу». Етноцентризм відіграв важливу роль, так як був сформований з євро-центричної перспективи, експортуючи колоніальні ідеї та ідеології заходу в країни «третього світу». В даний період домінувала структурна перспектива досліджень в межах капіталізму чи модернізму, часто заперечуючи вплив індивідуального людського фактору. Іншими словами, люди розглядалися як жертви «руйнівної сучасності», що розвивається в умовах капіталізму та колоніальних поглядах на розвиток туризму.

Даний критичний погляд на дослідження міжнародного туризму був можливим завдяки академічному контексту 1960-1970 рр., коли туристичний феномен переважно вивчався як частина програми в соціальних науках, для яких в більшій мірі притаманне критичне мислення. При цьому критичне бачення туризму як соціального феномену на початку 1980-х рр. почало відходити зі зростанням потреби в бізнес дослідженнях туристичної індустрії та необхідності вирішення практичних питань розвитку суб'єктів туристичної діяльності [2, с. 92-93].

На поч. 1980-х рр. з поглибленням економічної кризи в нафтопереробній та обробній промисловості в країнах OECD, стало відчутним необхідність переходу до розвитку сфери послуг в західних країнах. Туризм став важливим завданням з розвитку сільських та урбанізованих міських територій як інструмент диверсифікації економічної діяльності. В цих умовах виникає потреба в більш бізнес-орієнтованій освіті. Д. Айрі називає цей період «індустріальним» або «професійним/менеджерським» етапом, пояснюючи це зростанням частки туристичного сектору в економічній структурі, відповіддю на потреби в сфері зайнятості і, відповідно, на попит серед студентів [1]. Для Австралії та Нової Зеландії на поч. 1990-х рр. характерне суттєве зростання кількості освітніх програм з туристичного менеджменту та досліджень для потреб туристичної індустрії.

Журнал «Туристичний менеджмент», який на сьогодні входить в трійку туристичних журналів з найбільшим «імпакт» фактором, був заснований в 1980 р. з виникненням потреби науково-практичного дослідження менеджменту туристичної індустрії. Можна спостерігати американський вплив на формування перспектив розвитку туристичного менеджменту та маркетингу в результаті зростання впливу іншого журналу «Туристичні дослідження» та в переважаючих публікаціях, що досліджують поведінку споживача в туризмі. В результаті в цей період виник ряд прикладних теорій, наприклад, туристичні типології з метою пояснення моделей поведінки споживачів для потреб маркетингової сегментації (Мазанек, 1984; Маутіньо, 1987; Вудсайд та Карр, 1988). Розглядалися інші питання задоволення споживачів, можливості для розвитку туристичних продуктів, дестинації та їх сприйняття туристами, сегментація туристичного ринку, планування маркетингу, продуктивність сфери послуг, реклама та стратегічне планування (Каталоне, Мазанек, 1991). Слід зазначити, що при домінуванні бізнес-підходу в дослідженнях, продовжувало відбуватись збагачення туризму теоретико-методичним інструментарієм з інших дисциплін.

Структура міжнародного туризму почала змінюватись, виникла потреба у концептуалізації різних видів туризму (пригодницький, гастрономічний, волонтерський та інші). Увага приділялась туристичним ринкам, що розвиваються, а саме, Азії та Східній Європі; сталому розвитку та

можливого рівню фізичного і соціального навантаження різних туристичних атракцій; питанням безпеки та тероризму. Зі зростанням кількості тем дотичних до туризму не змінилось їх бізнес бачення, а в дослідженнях використовувались переважно якісні методи узагальнення (опис, узагальнення, передбачення, вимірювання).

Незважаючи на домінування бізнес погляду на туризм, цілий ряд дисциплін, не пов'язаних з бізнесом, залишався об'єктом дослідження туризму. Так, в 1981 р. Дж. Джафарі та Дж. Р. Brent Рітчі обґрунтували міждисциплінарність туристичної освіти та виділили наступні формуючі туристичну освіту дисципліни, як економіка, соціологія, психологія, географія, антропологія [6, с. 20-22]. У 1997 р. Дж. Трайб запропонував структуру туризму як об'єкта дослідження, яка базується на бізнес-орієнтованому підході та більш критичному соціальному підході [9, с. 650]. Однак впливова кількість «не бізнес орієнтованих дослідників туризму» почала з'являтися у 2000-х рр.

Таким чином, для 2000-х рр. характерним є становлення нового етапу досліджень туризму з використанням соціального погляду на дослідження. Для даного періоду характерна певна зрілість наукових досліджень [3].

Новий етап туристичних досліджень є наслідком ряду освітніх та дослідницьких ініціатив, що стали можливими завдяки видавництву нових журналів, організації тематичних конференцій, розповсюдженню інформаційних мереж. Наприклад, такі журнали як «Туристичні студії» і «Туристичні та культурні зміни» були спеціально засновані з метою просування критичного вивчення туризму, використання інноваційних теоретико-методичних підходів на противагу позитивізму та більш кількісному в дослідженнях бізнес підходу. Розвиток інтегрованого дослідження туризму сприяв становленню поглядів на туризм як на впливове явище, яке поєднане із соціо-політичними питаннями мобільності, соціального виключення, соціальної ідентичності, міграції, а також із збереженням культурного спадку, взаємовідносинам між урбанізованими та сільськими територіями, охороною навколишнього середовища, глобалізацією.

Однією із організацій, яка ініціює, досліджує та публікує китичні праці в сфері туризму є Міжнародна соціологічна асоціація, комітет досліджень міжнародного туризму (International Sociological Association, Research Committee on International Tourism – ICA RC50), яка була заснована в 1994 р. переважно «першим поколінням дослідників туризму» та яка адмініструється Світовим міжнародним центром якості відпочинку (Нідерданди) (World Leisure International Center of Excellence, WICE). Дана організаційна ініціатива була підтримана мережею дослідників, які пропагують критичний погляд на туризм (Critical Tourism Scholars, CTS) через проведення та підтримку серії конференцій, видання книг, публікацій (близько 150 дослідників по всьому світу). Критичний погляд на туризм було розширено до міждисциплінарного дослідження нового рівня, що деякі дослідники назвали пост-дисциплінарним підходом (Коулс, Холл, Дювал, 2005). Їх зусилля з формування нового відкритого теоретичного фундаменту для туризму дозволили запропонувати концепцію туризму як світового феномену (world-making phenomenon), відповідно рекомендувати розвивати туристичні дослідження повз обмеження внутрішньо- та міждисциплінарного аналізу [2, с. 95-96]

Процес критичних реконструкцій даного періоду дозволяє висвітлити такі суб-парадигми як постструктуралізм, неомарксизм, критичний реалізм, фемінізм, постмодернізм. Туристичні дослідження в даний період розвиваються без використання таких дуалізмів як ключовий/ периферійний, розум/тіло, суб'єкт/об'єкт, нам/ім, наш/чужий, жіночий/ чоловічий, тощо. Як наслідок, для 2000-х рр. характерним є поява ряду нових сталих концепцій, теорій та підходів до формування між-, пост- дисциплінарного фундаменту для вивчення туризму. Прикладом є теорія мережі акторів (actor-network theory), інтеграція та ефективність, гендерний аналіз, непередставницька теорія, теорія мобільності та пост-колоніальні теорії. Ці та інші інноваційні роботи вивели дослідження

в сфері туризму на перший план в соціальних науках, в якому питання бачення, дослідження, формування та впливу на сталий розвиток світу широко вивчалися. Туризм сьогодні є більше, ніж спосіб пізнання, – це спосіб буття шляхом розвитку в напрямку соціальної справедливості, рівності та уникнення будь-яких утисків.

Розвиток туризму як об'єкта досліджень можна проаналізувати на основі публікацій в цілому ряді журналів туристичного профілю (табл. 2).

Таблиця 2. Перелік вибраних журналів в сфері туризму та гостинності

| Назва | Країна видавництва | Рік заснування | Видавець |
|---|--------------------|----------------|------------------|
| 1960-1980 рр. | | | |
| Корнельський готельний кварталник (<i>Cornell Hotel Quarterly</i>) | США | 1960 | Sage |
| Журнал досліджень подорожей (<i>Journal of Travel Research</i>) | США | 1962 | Sage |
| Хроніки досліджень туризму (<i>Annals of Tourism Research</i>) | Великобританія | 1973 | Elsevier |
| Дослідження туристичних рекреацій (<i>Tourism Recreation Research</i>) | Індія | 1976 | Taylor & Francis |
| Журнал гостинності та туристичних досліджень (<i>Journal of Hospitality and Tourism Research</i>) | США | 1976 | Sage |
| 1980-2000 рр. | | | |
| Туристичний менеджмент (<i>Tourism Management</i>) | Великобританія | 1980 | Elsevier |
| Міжнародний менеджмент та гостинність (<i>International Journal of Hospitality Management</i>) | Великобританія | 1986 | Elsevier |
| Анатолія: Міжнародний журнал досліджень туризму та гостинності (<i>Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research</i>) | Туреччина | 1990 | Taylor & Francis |
| Менеджмент та маркетинг гостинності (<i>Journal of Hospitality Marketing & Management</i>) | США | 1992 | Taylor & Francis |
| Маркетинг туризму (<i>Journal of Travel and Tourism Marketing</i>) | США | 1992 | Taylor & Francis |
| Сталий туризм (<i>Journal of Sustainable Tourism</i>) | Великобританія | 1993 | Taylor & Francis |
| Маркетинг відпочинку (<i>Journal of Vacation Marketing</i>) | Австралія | 1994 | Sage |
| Міжнародні туристичні дослідження (<i>International Journal Of Tourism Research</i>) | Великобританія | 1994 | John Wiley |
| Економіка туризму (<i>Tourism Economics</i>) | Великобританія | 1995 | IP |
| Азійсько-Тихоокеанські дослідження (<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>) | Гонг Конг | 1996 | Taylor & Francis |
| Туристичний аналіз (<i>Tourism Analysis</i>) | США | 1996 | Cognizant |
| Актуальні питання туризму (<i>Current Issues in Tourism</i>) | Нідерланди | 1998 | Taylor & Francis |
| Туристична географія (<i>Tourism Geographies</i>) | Великобританія | 1999 | Taylor & Francis |
| 2000 р. – до сьогодні | | | |
| Якісне страхування в туризмі та гостинності (<i>Journal of Quality Assurance in Tourism & Hospitality</i>) | Південна Корея | 2000 | Taylor & Francis |

Продовження таблиці 1

| | | | |
|--|----------------|------|------------------|
| Викладання туризму (<i>Journal of Teaching in Travel and Tourism</i>) | Гонг Конг | 2001 | Taylor & Francis |
| Скандинавський журнал туризму та гостинності (<i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism</i>) | Швеція | 2001 | Taylor & Francis |
| Гостинність, відпочинок, спорт та туризм (<i>Journal of Hospitality, Leisure, Sports & Tourism Education</i>) | Великобританія | 2002 | Elsevier |
| Дослідження туризму та гостинності (<i>Tourism and Hospitality Research</i>) | США | 2004 | Sage |
| Дослідження культури, туризму та гостинності (<i>International Journal of Culture, Tourism & Hospitality Research</i>) | США | 2007 | Emerald |
| Історія туризму (<i>Journal of Tourism History</i>) | Великобританія | 2009 | Taylor & Francis |
| Перспективи туристичного менеджменту (<i>Tourism Management Perspectives</i>) | Нідерланди | 2012 | Elsevier |
| Маркетинг та менеджмент DESTИНАЦІЇ (<i>Journal of Destination Marketing and Management</i>) | США | 2012 | Elsevier |

За проведеним он-лайн дослідженням у 2014 р. загальна кількість туристичних журналів англійською мовою становить 156, з врахуванням інших мов – 256 [8, с. 15]. Як видно з перелічених журналів в таблиці, кількісний бум їх випуску був у 90-х рр. Зростання кількості журналів сприяло формуванню та систематизації актуальних знань в сфері туризму в розрізі специфічних тем та/або регіонів. На жаль, в пострадянських країнах не представлено жодного англійськомовного журналу в сфері туризму, що не дозволяє інтегрувати вітчизняні дослідження в загальносвітове надбання.

Статистичний аналіз статей показує, що 22 % досліджень проведені в США або у Великобританії, а 59 % у Австралії/Новій Зеландії, Азії та інших європейських країнах. Теми, яким присвячена найбільша кількість статей: 1) туристи/відвідувачі (соціально-економічний профіль, поведінка, мотивація); 2) туристичне планування (стратегія, політика розвитку, прогнозування); 3) DESTИНАЦІЇ (розвиток та управління, образ та брендинг); 4) маркетинг (сегментація, просування). Ці чотири теми охоплюють зміст 37 % статей. Автори інших статей досліджують широке коло питань, зокрема культурного туризму, економічні та бізнес проблеми розвитку туризму, гостинність, сталий розвиток, спеціальні події, транспорт, менеджмент, управління персоналом в туризмі, туристичну освіту, спорт і відпочинок та багато інших. Більшість статей, а саме 59 %, використовують кількісні методи досліджень, якісні – 19 %, змішані – 6 %, а інші 16 % – це оглядові теоретичні статті [4, с. 150-151].

Аналіз поточних тем конференцій та книг дає уявлення про загальні тенденції в дослідженнях туризму. Наприклад, такі конференції, як: Культурний туризм: узгодження тотожностей; Перспективи сільського туризму в новій Європі; Туризм в перехідний період; Бачення сучасного туризму; Ф'южн кухня та її розповсюдження; Туризм після нафти; Туризм, мобільність та технології; Розвиток DESTИНАЦІЙ та гостьової економіки; Погляд: туризм та туристи у візуальному світі; Темний туризм; Повільний туризм; Актуальні теми, проблеми та їх вирішення або просування Академії надії?, тощо. Назви книг: Чай та туризм; Туризм в Середній Азії; Культурний туризм в змінному світі; Озерний туризм; Круїзний туризм: причини, наслідки та управління; Мікро-кластери та мережі: зростання туризму; Споживча поведінка в туризмі; Рух через мережі: фізичне та соціальне розповсюдження подорожей; Критичний поворот у вивченні туризму [3, с. 12-13]. Навіть незначний перелік назв дозволяє зрозуміти широту охоплення досліджень в туризмі та ще раз підтверджує довгий шлях від вузькобізнесового до сучасного цілісного бачення туризму як явища.

Ефективному дослідженню туризму сприяє розвиток академічної інтернет-мережі – найбільш відомими ресурсами є TRINET (Tourism Research Information Network, 1988) та CIRET (International Center for Research and Study on Tourism, 1996). Обидві мережі розповсюджують інформацію про конференції, підготовку та/або видавництво книг, спеціальних випусків журналів та інше, а кількість зареєстрованих науковців понад 3 тис. та 5 тис. відповідно. Іншою важливою мережею, яка об'єднує вже не дослідників, а інституції, є Асоціація освітян в сфері туризму та відпочинку або ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education), вклад якої полягає в організації конференцій та інших заходів, що об'єднують науковців в сфері туризму по всьому світу. Інтернет – дослідження підтверджує наявність понад 44 активних мереж, кожна з яких розвиває наукову «мозаїку» туризму.

Висновки. Проведений огляд еволюції досліджень туризму протягом останніх 50 років, дозволив виділити три періоди у формуванні туризму як окремого академічного напрямку досліджень: 1) 1960-1980 рр. характеризується першими роботами вчених, що визначили соціальний підхід до вивчення туризму; 2) 1980-2000 рр. характеризується домінуванням бізнес погляду на туристичний менеджмент та маркетинг та, відповідно, прикладним характером результатів досліджень; 3) 2000 р. і до сьогодні характеризується поєднанням теоретичного погляду на туризм як на соціальний феномен та практичною співпрацею з представниками туристичної індустрії.

Еволюція розвитку туризму протягом зазначених трьох періодів спонукає до реалізації наступних трьох завдань для майбутніх досліджень:

- 1) поглибити використання бізнес та не-бізнес підходів до вивчення та розвитку туризму з метою спільного внеску в теоретичне та емпіричне обґрунтування необхідності соціальних змін;
- 2) змінити публічне сприйняття туризму як несуттєвої частини сфери обслуговування з переважно негативним соціальним, культурним впливом та в цілому руйнуючим впливом на навколишнє середовище;
- 3) розвивати концептуальне бачення туризму, яке передбачає багатогранне культурне різноманіття, і, відповідно, освітню та дослідницьку діяльність, яка визнає неоднорідність об'єкта дослідження без використання дуалістичних поглядів.

Важливим є оприлюднення наукових результатів, їх прикладне застосування. Щоб уникнути виключної теоретизації досліджень в сфері туризму, доцільно і у вітчизняному науковому просторі впровадити ініціативу Академії соціальних наук Великобританії щодо видавництва серії публікацій та доповідей з конкретними прикладами впливу соціальних науковців на питання зростання добробуту, сталого розвитку, спорту, відпочинку та інше. Це дозволить розкрити широке коло питань, які охоплює туризм як об'єкт наукових досліджень сьогодні.

1. Airey D. *Tourism education: life begins at 40* // *Téoros. Revue de echerché en tourisme.* – 2008. – Т. 27. – № 27-1. – С. 27-32.

2. Ateljević I. *Mapping a history and development of tourism studies field* // *Turizam: znanstvenostručni časopis.* – 2014. – Т. 62. – № 1. – С. 75-101.

3. Airey D., Tribe J. *Developments in tourism research.* – Routledge, 2007. – 269 p.

4. Ballantyne R., Packer J., Axelsen M. *Trends in tourism research* // *Annals of Tourism Research.* – 2009. – Т. 36. – № 1. – С. 149-152.

5. Benckendorff P., Zehrer A. *A network analysis of tourism research* // *Annals of Tourism Research.* – 2013. – Т. 43. – С. 121-149.

6. Jafari J., Ritchie J. R. B. *Toward a framework for tourism education: Problems and prospects* // *Annals of tourism research.* – 1981. – Т. 8. – № 1. – С. 13-34.

7. Jafari J. *Entry into a new field of study: Leaving a footprint* // *The study of tourism: Anthropological and sociological beginnings.* – 2007. – С. 108-121.

8. Kozak M., Kozak N. Institutionalization of tourism research and education: from the early 1900s to 2000s // *Journal of Tourism History*. – 2017. – С. 1-25.

9. Tribe J. The indiscipline of tourism // *Annals of tourism research*. – 1997. – Т. 24. – № 3. – С. 638-657.

10. Nash D. *The study of tourism: Anthropological and sociological beginnings*. – Oxford : Elsevier, 2007. – Т. 9. – 305 p.

This publication has been produced during my scholarship period at European Tourism Research Institute, thanks to a Swedish Institute scholarship.

E-mail: OlgaMilinchuk@gmail.com