

УДК 1:364:338.48

Повзло О. М.¹

¹ канд.філос.наук, доц. ЗНТУ

ФІЛОСОФІЯ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В РАМКАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Туризм - це шляхетний вияв людської присутності у світі. Історія людства - це літопис прокладання та освоєння караванних шляхів, паломництва до святих місць, мореплавств, відкриття нових земель. Особлива сторінка в цьому літопису належить філософам, які здійснювали тривалі подорожі заради пізнання світу, пошуку істини. Виникнувши як організовані поїздки переважно з культурно-оздоровчими цілями, туризму, за роки свого існування не тільки перетворився на масове явище, але й набув різноманітних форм. Згідно з прогнозами об'єми міжнародного туризму в найближчі двадцять років збільшаться у тричі.

Соціальний туризм - це подорожі, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування і за рахунок коштів, виділених державою на соціальні потреби. Сутність соціального туризму іноді визначають відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників: туризм для незаможних та діяльність, яка спрямована на відновлення людини за рахунок надання мінімального набору оздоровчих туристських послуг.

У розумінні туризму, як "людського підприємництва", важливу роль відіграє здатність туризмолога виокремити екзистенційний вимір буття мандрівника, насамперед у його єдності з природою, середовищем. Туризм допомагає долати обмеження повсякденності, позбавлятися щоденного поспіху. Соціальний туризм доцільно розглядати в контексті завдань і цілей соціальної політики, яка не зводиться лише до "соціального благодійництва". Соціальний туризм, що користується фінансовою підтримкою держави,

виконує також заохочувальну функцію, оскільки стимулює суспільно-корисну активність людей. Однак запровадження ринкових відносин, як правило, супроводжується намаганням скоротити витрати на соціальні програми, у т. ч. соціальний туризм. Тому, сучасний погляд на туризм та його виконавців полягає в тому, що туристський бізнес повинен бути людиноцентрованим і морально-культурним. І не випадково справжні професіонали туристської справи вважають, що туризм має плануватися і практикуватися як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення. Соціально та морально визначеною є і туристська діяльність, яка спрямована на соціальну адаптацію його учасників до культурно-освітніх можливостей суспільства, що особливо важливо для підростаючого покоління. Культурно-моральна орієнтація притаманна діловому, бізнесовому або лікувально-оздоровчому туризму. Відіграючи взаємозалежні ролі в туристському спілкуванні, його учасники зміцнюють суспільну корпоративну свідомість - "чуття єдиної родини".

Для деяких людей моральна культура може бути суто функціональною, демонстративною. Нечемне поводження з відвідувачами загрожує успішному бізнесу. Туризм має плануватися і здійснюватися як привілейований засіб індивідуального і колективного вдосконалення. Тобто, сучасний туристичний бізнес як форма суспільної діяльності повинен цілком відповідати "людським вимірам", бути гуманно центрованим за суттю і за напрямком, мусити бути в зв'язку з екотуризмом та з охороною навколишнього середовища, тобто природи. Привабливість екологічного туризму обумовлюється його роллю у взаємозбагаченні духовного світу його учасників, коли городяни отримують змогу наочно оцінити сутність сільського способу життя, його привабливі сторони а сільські жителі - сприйняти позитивні сторони міської культури. Наприклад, для сільських жителів і для мешканців малих міст та селищ екотуризм корисний тим, з точки зору розвитку ринкових відносин, що активно сприяє створенню робочих місць, розв'язанню проблеми зайнятості населення, вкрай актуальної для України.