https://doi.org/10.31516/2410-5325.078.05*
УДК 930:[338.486]

В. Ю. Степанов
Харківська державна академія культур, м. Харків, Україна
Л. Д. Божко
Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

ТУРИЗМ ЯК СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ ІНСТИТУТ

***В. Ю. Степанов, Л. Д. Божко*. Туризм як соціально-культурний інститут**

Розглянуто туризм як сучасний соціально-культурний інститут універсального спрямування. Актуальність теми дослідження визначена потребою системного аналізу проблем інституціоналізації туризму та його впливу на соціальні процеси в суспільстві. Розглянуто як традиційні, так і сучасні підходи до розуміння сутності поняття соціального інституту. Дослідження туризму як соціально-культурного інституту, виконане на засадах нового підходу до сутності соціальних інститутів, доводить, що ця сфера є специфічною галуззю соціальної інституціоналізації. Соціальний інститут туризму характеризується наявністю мети діяльності, функціями, набором соціальних позицій та ролей, типових саме для цього соціального інституту, покликаного задовольняти суспільні, групові та особисті потреби. Як соціальний інститут, туризм характеризується своєю долученістю практично до всіх сфер сучасного суспільства: культура, економіка, політика, мораль, ідеологія тощо і сприяє перетворенню суспільної системи в соціальний організм, що динамічно розвивається.

Ключові слова*: туризм, соціальний інститут, інституалізація туризму, соціально-культурний інститут туризму, суспільство.*

***V. Stepanov, L. Bozhko*. Tourism as a socio-cultural institute**

The purpose of the article is to study tourism as a universal socio-cultural institute of modernity.

The methodology. In the process of research, methods of abstraction, analysis and synthesis were applied in the historiographic study of the institutionalization of tourism and its formation as a socio-cultural universal institution of modernity.

The results. The study of tourism as a socio-cultural institute, conducted on the basis of a new approach to the essence of social institutes, confirms that the field of tourism is a specific branch of social institutionalization. The social institute of tourism is characterized by the presence of the purpose of its activity, functions, a set of social positions and roles typical for this social institute, designed to satisfy public, group and personal needs. The institutional status and institutional structure of tourism are expressed not only in the functional task of tourist activity, but also in the fact that, as a social institute, tourism acts as a system-built set of interdependent specific organizations included in a complex system, both internal and external functional and organizational connections and relations. This requires constant adjustment of the appropriate mechanism for ordering and coordinating the interactions of individual components of the tourism sphere, taking into account the specifics of its regulatory system.

Institutional relations of the Ukrainian Social Institute of Tourism with international tourism organizations and the implementation of positive international experience in the field of tourism in Ukraine require further research.

The scientific novelty. Consideration of tourism through the prism of institutional theory.

The practical significance. The materials of this article can be used to develop programs or strategies for the further development of tourism as a socio-cultural institution in Ukraine.

Keywords: *tourism, social institute, institutionalization of tourism, socio-cultural institute of tourism, society.*

Актуальність теми дослідження. Соціальні інститути, як форми самоорганізації та регулювання суспільного життя, мають давню історію. Туризм як форма масового соціального явища відомий лише з середини XX ст. і нині є галуззю економіки, що інтенсивно розвивається, забезпечує збереження та розвиток культурного потенціалу, сприяє вирішенню екологічних завдань, проблем зайнятості, освіти й медичного

* This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

обслуговування, підвищенню рівня життя населення, упровадженню нових засобів поширення інформації тощо. Загальновідома роль туризму у забезпеченні взаєморозуміння між народами, відкритості міжнародних обмінів, сприяння збереженню культурної самобутності. Таким чином, йдеться про процес соціальної інституціоналізації туризму як суспільного явища та туристської діяльності. Як соціальний інститут туризм конвергує багато сфер життя суспільства і діяльності людей, від нього багато в чому залежить не лише рекреаційна сфера, але й світова політика та економіка. Таким чином, актуальність теми дослідження визначається потребою системного аналізу проблем інституціоналізації туризму та його впливу на соціальні процеси в суспільстві. Зокрема, комплексне вивчення інституту туризму з погляду соціальної реалізації його функціонування має важливе значення для оптимізації розвитку цієї сфери в сучасному українському суспільстві.

Постановка проблеми. Туризм є одним із сучасних соціальних інститутів, здатний набувати універсальності. Інституту туризму притаманна ідеологія, тобто система ідей, що регулює поведінку суб'єктів. Загалом ідеологія туризму також є надінституціональною, так як його глобальні ідеї та принципи — єдність націй, єдність культурного простору, свобода долучення до світової культурної спадщини — виходять далеко за межі будь-якого певного соціального інституту. Зважаючи на глобальність феномену туризму, появу нової системи галузевих зв'язків, що формує інноваційну модель інституційної та міжінституційної взаємодії, виникає необхідність у поглибленому вивченні туризму саме як соціально-культурного інституту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інституційний підхід у дослідженнях туризму західними дослідниками є досить новим, тому публікацій на цю тему бракує. Лавандоскі, Альбіно Сілвою та Варгас-Санчесом були окреслені сфери, теми та об'єкти дослідження, у яких інституційна теорія використовується найчастіше (Lavandoski, Albino Silva & Vargas-Sánchez, 2014). Сонг та інші пропонували розширити використання інституційної теорії в дослідженнях з економіки туризму з метою розширення горизонту знань з цього питання (Song, Dwyer, Li. Cao, 2012). Значна частина подібних досліджень присвячена оглядам та емпіричним тематичним дослідженням (Gomes, Vargas-Sánchez, Pessali, 2014; García-Cabrera, Durán-Herrera, 2014; Pimentel, Pereira & Boas, 2011; Le, Hollenhorst, Harris, McLaughlin, & Shook, 2006). Так, зокрема, Аурелі та Дель Бальдо (Aureli, Del Baldo, 2019) вивчали роль приватних організацій, приділяючи особливу увагу членам, котрі становлять організацію, та необхідність комплексної інформації про дії в інституції. Деякі вчені звернули увагу на те, як наслідки економічної кризи спонукають туристичні компанії впроваджувати інновації, щоб зберегти конкурентоспроможність.

Українські вчені також висвітлювали окремі питання туризму як соціально-культурного інституту (Бухаріна, 2008; Божко, 2017; Вишневська, 2009; Гарбар, 2007; Горський, 2008; Збарський, Грибова, 2020; Кручек, 2010; Столбова, 2010). Зокрема, С. І. Дичковський зосередив свою увагу на дослідженні інституціоналізації туризму в умовах глобальних соціокультурних процесів (Дичковський, 2020). Не можна не погодитися з ним та іншими авторами, які стверджують, що сучасний світ перебуває на фінальній стадії інституціоналізації туризму — формування статусно-рольової структури галузі, системи власних цінностей, норм та ідеалів, зразків туристичної діяльності та поведінки людей. На думку С. І. Дичковського, «динамічні процеси інституціоналізації туризму свідчать про формування об'єктивної ціннісної природи туризму, перетворення його в важливий аксіологічний об'єкт» (там само, 2020, с. 24). Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про необхідність чіткішого розуміння соціальних явищ і процесів, пов'язаних зі становленням та розвитком туризму як соціального інституту, що потребує глибокого наукового опрацювання і є надзвичайно актуальним завданням у науково-теоретичному аспекті.

Мета статті — розглянути туризм як універсальний соціально-культурний інститут сучасності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація, що виконує функцію макрофак-

тору соціальних перетворень, підвищує рівень інтенсифікації соціально-стратифікаційних процесів і формує структури, спрямовані на реалізацію різноманітних інтересів членів суспільства. З-поміж них особливе місце належить інституту туризму, який певною мірою прискорює процеси соціалізації особистості, долучаючи її до міжкультурної комунікації. Одним із критеріїв включеності суспільної системи до процесів глобалізації є рівень розвитку туризму як соціального інституту, що сприяє реалізації принципів відкритості, партнерства та міжкультурної взаємодії.

У світовій практиці визначення інституту туризму ґрунтується на понятті прояву індивідуальної активності туриста. Зокрема, задоволення його потреб у сфері відпочинку, культурного спілкування, реалізації пізнавальних, культурних, ділових інтересів тощо. Водночас визначається, що формою прояву індивідуальної активності туриста є «...тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає...» (Про туризм: Закон України, ст. 1). Відповідно до цього існує законодавче визначення туриста, а саме: «...особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни метою перебування на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін...» (Про туризм: Закон України, ст. 1). Наскільки масово виявляється індивідуальна активність туриста і якою мірою вона реалізуються свідчать показники розвитку сучасного туризму як соціально-культурного інституту.

За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO), кількість міжнародних туристів (у доковідний час) у 2018 р. досягла позначки 1,4 млрд осіб. Експортний виторг від туризму склав $1,7 трлн (UNWTO, 2019). Також простежується посилення соціальної орієнтації цього інституту, що стало можливим завдяки нарощуванню його потенціалу. За словами Генерального секретаря Всесвітньої туристської організації, З. Пололікашвілі, це перетворює цей сектор на справжню глобальну рушійну силу економічного зростання та розвитку, що сприяє створенню більшої кількості робочих місць і слугує каталізатором інновацій та підприємництва. Таким чином, туризм допомагає поліпшувати життя мільйонів людей та цілих спільнот. Очікується, що цифровізація, інновації, повсюдна доступність та соціальні зміни продовжуватимуть формувати сектор туризму, використовуючи туризм як засіб досягнення цілей у сфері сталого розвитку та створення кращого майбутнього для всіх (UNWTO, International tourism continues to outpace the global economy, 2019).

Для кращого розуміння особливостей інституалізації туризму розглянемо поняття «соціального інституту». Насамперед зазначимо, що серед учених у трактуванні цього поняття немає єдиної думки, визначення суттєво відрізняються. Воно, будучи фундаментальним поняттям соціології, долучено до аналізу механізмів, що створюють та визначають єдність, цілісність й організованість життя суспільства. Е. Гідденс уважав «соціальні інститути» клямами, що задротовують соціальне життя (Giddens, 1989, p. 381).

Засновник французької соціологічної школи Е. Дюркгейм уважав, що інститут є механізмом, який структурує сукупність соціальних взаємодій, і в цьому полягає його головна функція. На його думку, інститути визначаються не декретами, «вони — наслідок соціального життя і лише висловлюють її зовні зовнішніми символами», «структура — це функція, що утвердилася, це дія, яка викристалізувалася і стала звичкою...» (Дюркгейм, 1995, с. 193).

Один із засновників концепції соціальних інститутів у соціології, Г. Спенсер, уважає, що інститути, будучи структурними елементами суспільства, є органами, механізмами самоорганізації суспільного життя та управління. На його думку, саме інститути вможливлюють спільне життя людей і пристосовують людину до життя в суспільстві. Інститути покликані задовольняти певні суспільні та особисті потреби, а також виконувати конкретні функції (Spencer, 2013). Іншими словами, щоб осягнути причини соціальних явищ, слід вивчати функції. Появу та розвиток будь-якого інституту слід розгля-

дати виходячи з того, під впливом яких потреб вони виникли та які функції виконують. Т. Парсонс трактує інститут через систему стандартизованих очікувань, що визначає правильну поведінку особистості, відіграє деякі ролі, основані на поведінці, але як одиниця вищого порядку, загальніша, що передбачає безліч ролей (Parsons, 1968). Німецький соціолог М. Вебер до інститутів відносить структуру політичного чи релігійного співтовариства (Weber, 2019).

Незважаючи на деякі відмінності, наведені вище визначення об'єднує, по-перше, розуміння соціального інституту як усталеної форми соціальної практики; по-друге, визнання головною його функцією забезпечення стабільності суспільних взаємодій; по-третє, уявлення про соціальний інститут як про усталені моделі, зразки поведінки та соціальних відносин, базовані на сукупності норм або правил.

У сучасній соціології сформувався новий підхід до сутності соціальних інститутів. Кожен соціальний інститут характеризується наявністю мети своєї діяльності, функціями, набором соціальних позицій та ролей, типових для конкретного інституту. Він покликаний задовольняти суспільні, групові та особисті потреби. Тому можемо зазначити, що еволюційні зміни соціальних інститутів мають дві сторони розвитку. З одного боку, триває процес спеціалізації та диференціації багатьох інститутів. З іншого, деякі інститути в певний час починають набувати домінантності та універсальності. У реальному житті ці процеси тісно переплетені й взаємозумовлені.

Нині туризм є саме таким соціальним інститутом, який набув домінантності та універсальності. Як інституціоналізована соціальна система, він інтегрує взаємозв'язки, взаємозалежності та взаємодії всіх соціальних груп, і певною мірою визначає значущі соціальні процеси й зміни. Пріоритетною функцією соціального інституту туризму є розширення діапазону інтересів, гуманізації думок, почуттів і вчинків, творчої активності, що зумовлюють форми й методи оптимізації соціальної мобільності громадян і їх суспільно значущої діяльності, що апріорі визначає посилення його впливу на гуманітарні аспекти глобалізації й зростання рівня соціальної безпеки. Водночас туризм має всі необхідні інституціональні якості: відрізняється стійкою внутрішньою структурою, інтегративністю елементів, різноманіттям і динамічністю функцій, наявністю мети діяльності, досягнення якої приводить до дотримання специфічних соціальних норм, які регулюють поведінку співробітників галузі в рамках цього інституту.

Соціально-інституційна модель сучасного туризму передбачає два рівні: особистісний, чи соціально-суб'єктний, який відбиває формування стійких форм організації та проведення подорожей виходячи з групування інтересів особистості за видами туристичних потреб, та громадський — містить базові елементи туризму як соціального інституту, оснований на специфічних видах та типах соціальних відносин, дій, ціннісно-нормативної бази.

Як соціальний інститут, туризм характеризується своєю долученістю практично до всіх сфер сучасного суспільства: культура, економіка, політика, мораль, ідеологія тощо, сприяє перетворенню суспільної системи в соціальний організм, що динамічно розвивається. Про це свідчать, зокрема, зміни в розвитку соціального інституту туризму викликані пандемію SARS-COV-2 (Hall et al., 2020). Так, від поширення коронавірусу значною мірою постраждали люди, існування яких залежить від туризму (Farzanegan et al., 2020; Qiu et al., 2020). Це викликало широку дискусію між розробниками політики у сфері туризму, фахівцями-практиками та вченими у всьому світі щодо посилення заходів порятунку туристичної галузі (Gallego & Font, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020; Sigala, 2020). Закриття міжнародних кордонів зумовило перегляд стратегій внутрішнього туризму в кількох туристичних напрямках (Hao et al., 2020; Rogerson & Baum, 2020). Дискусія продемонструвала, що криза, викликана коронавірусом, відображає ще гострішу потребу в тому, щоб жителі туристичних регіонів були визнані важливою зацікавленою, інтегрованою в процес прийняття рішень у сфері туризму стороною і що їм необхідно відігравати активну роль у відродженні та одержанні колективних вигод від туризму (Ramkissoon & Sowamber, 2020).

Тому інституційні функції туризму можна віднести до двох основних функціональних груп. Перша — суспільно детерміновані функції, що диктуються потребами в системному розподілі соціальних завдань туризму за різними сферами життєдіяльності суспільства з урахуванням їхньої специфіки: функція систематизації та концентрації туристських потреб, інтересів й ціннісних установок під впливом глобалізації; функція забезпечення міжінституційних взаємодій з метою організації туристичної діяльності; функція забезпечення туристських комунікацій. Друга — внутрішньоінституціональні функції, зумовлені власними потребами сфери туризму у відтворенні та розвитку: функція соціальної нормотворчості, реалізована в межах туристичної діяльності; функція регуляції та контролю у сфері туристських взаємодій (система стандартизації та сертифікації); функція організації та управління туристським процесом.

В останні два десятиліття інституціоналізація розглядається також як засіб поширення засад сталого туризму за участі організацій, таких як Організація Об'єднаних Націй (UN), Всесвітній фонд дикої природи (WWF), Всесвітня туристична організація (UNWTO), Всесвітня рада з подорожей та торгівлі (WTTC) тощо. Протягом багатьох років ці організації пропонують нові напрями, оприлюднюють заяви про політику та спонукають до створення концепції сталого туризму в спробах вирішити проблеми стійкості (Weaver, 2006). Тому очевидно, що процес інституалізації туризму продовжує розвиватися під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

Висновки. Дослідження туризму як соціально-культурного інституту, виконане на засадах нового підходу до сутності соціальних інститутів, підтверджує, що сфера туризму є специфічною галуззю соціальної інституціоналізації. Соціальний інститут туризму характеризується наявністю мети своєї діяльності, функціями, набором соціальних позицій та ролей, типових саме для цього соціального інституту, покликаного задовольняти суспільні, групові та особисті потреби. Інституційний статус та інституційна структурованість туризму набувають свого вираження не лише у функціональної заданості туристської діяльності, а й у тому, що як соціальний інститут туризм є системно вибудуваною сукупністю взаємозалежних конкретних організацій, долучених до складної системи внутрішніх, зовнішніх функціонально-організаційних зв'язків та відносин. Це потребує постійного корегування відповідного механізму впорядкування та узгодження взаємодій окремих компонентів сфери туризму, з урахуванням специфіки його системи регулювання.

Подальшого дослідження потребують інституційні зв'язки українського соціального інституту туризму з міжнародними туристичними організаціями та імплементація позитивного міжнародного досвіду в галузь туризму в Україні.

Список посилань

Божко, Л. Д. (2017). *Туризм як соціокультурний феномен: історія і сучасність (середина XIX — початок XXI ст.): монографія.* Лідер.

Бухаріна, Л. М. (2008). Інституційні засади державної політики у сфері туристичних послуг. *Економіка та держава, 5,* 84–88.

Вишневська, О. О. (2009). *Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія.* ХНУ.

Гарбар, Г. А. (2007). *Становлення і розвиток соціокультурного інституту гостинності в українському туризмі: остання третина XIX ст. — 1990 р. (на матеріалі Миколаївської області)* [Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра історичних наук: спец. 17.00.01, Київський національний університет культури і мистецтв].

Горський, С. В. (2008). Місце туризму в процесі соціальної інтеграції. *Наукові записки КУТЕП: щорічник. Вип. 5. Серія: філософські науки* (с. 176–183).

Дичковський, С. І. (2020). Інституціоналізація туризму в умовах глобальних соціокультурних процесів. *Культура і сучасність: альманах*. Випуск 2, 17–27.

Дюркгейм, Е. (1995). *Соціологія. Її предмет, метод, мета*. http://www.philsci.univ.kiev.ua

Збарський, В. К., Грибова, Д. В. (2020). Інституційні засади дослідження розвитку туристичної галузі. *Ефективна економіка, 2.* http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/10.pdf

Кручек, О. А. (2010). Туризмологія: процес формування теорії туризму. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: Філософські науки*. Вип. 8, 139–166.

Про туризм: Закон України в редакції від 18.11.2003 р. (№ 1281-IV). https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm

Столбова, Ю. (2010). Теоретичні аспекти інституціоналізації туризму. *Соціальні виміри суспільства, 2,* 378–387.

Aureli, S. & Del Baldo, M. (2019) Performance measurement in the networked context of convention and visitors bureaus (CVBs). *Annals of Tourism Research, 75,* 92–105. https://doi.org/10.1016/j

Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*. https://doi.org/10.1177/0047287520931593

Gallego, I., & Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: Using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism, 1–20.* https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1773476

García-Cabrera, A. M. & Durán-Herrera, J. J. (2014). Does the tourism industry co-evolve? *Annals of Tourism Research, 47,* 81–83. https://doi.org/10.1016/j.annals

Giddens, A. (1989). *Sociology.* Oxford.

Gomes, B. M. A.; Vargas-Sánchez, A. & Pessali, H. F. (2014). Interação Empresários-Setor Público no Turismo: uma análise institucional e neocorporativista na cidade de Huelva (Espanha). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 8 (3),* 382–402. https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i3.760

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies, 1–22.* https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131

Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's hotel industry: Impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. *International Journal of Hospitality Management, 90,* 102636.

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies, 1–14.* https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748

International tourism continues to outpace the global economy (2019). https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152

Lavandoski, J.; Albino Silva, J.; & Vargas-Sánchez, A. (2014). *Institutional Theory in Tourism Studies: Evidence and Future Directions.* Spatial and Organizational Dynamics Discussion Papers, 2014-3, CIEO-Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve.

Le, Y.; Hollenhorst, S.; Harris, C.; McLaughlin, W. & Shook, S. (2006). Environmental management: A Study of Vietnamese Hotels. *Annals of Tourism Research, 33 (2),* 545–567. https://doi.org/10.1016/j

Parsons, T. (1968). Interaction: I. Social Interaction. In D. L. Sills (Ed.), *The International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 7, 429–441). McGraw-Hill.

Pimentel, M. P. C.; Pereira, J. R. & Boas, A. A. V. (2011). *A Institucionalização das políticas públicas de turismo em âmbito municipal no Brasil. En. Pereira, J. R. (Org.).* Gestão Social de Políticas Públicas. UFLA.

Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research, 84,* 102994 https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994

Ramkissoon, H., & Sowamber, V. (2020). Local community support in tourism in Mauritius — The case of Ray of Light by LUX. In E. Adu-Ampong, A. Ribeiro, & M. Novelli (Eds.), In *Routledge Handbook of Tourism in Africa* (417–428). Routledge.

Rogerson, C. M., & Baum, T. (2020). COVID-19 and African tourism research agendas. *Development Southern Africa, 37 (5),* 727–741. https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1818551

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research, 117,* 312–321. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015

Song, H.; Dwyer, L.; Li. G. & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research, 39 (3),* 1653–1682. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.023

Spencer, H. (2013). *Social Statics.* Gama-Print.

UNWTO World Tourism Barometer November 2019 EXCERPT (2019). https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-12/UNWTO_Barom19_04_November_excerpt_0.pdf

Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice.* Butterworth-Heinemann. https://scirp.org/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1779670

Weber, M. (2019). *Basic Sociological Concepts. Economy and Society: A New Translation* (c. 77–138). Cambridge, MA and London, England: Harvard University Press. https://doi.org/10.4159/9780674240827-004

References

Aureli, S. & Del Baldo, M. (2019) Performance measurement in the networked context of convention and visitors bureaus (CVBs). *Annals of Tourism Research, 75,* 92–105. https://doi.org/10.1016/j [In English].

Bozhko, L. D. (2017). *Tourism as a sociocultural phenomenon: history and modernity (mid-XIX — early XXI centuries): monograph.* Lider. [In Ukrainian].

Bukharina, L. M. (2008). Institutional foundations of state policy in the field of tourist services. *Ekonomika ta derzhava, 5,* 84–88. [In Ukrainian].

Durkheim, E. (1995). *Sociology. Its subject, method, purpose.* http://www.philsci.univ.kiev.ua. [In Ukrainian].

Dychkovskyi, S. I. (2020). Institutionalization of tourism in the conditions of global sociocultural processes. *Kultura i suchasnist: almanakh*. Issue 2, 17–27. [In Ukrainian].

Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2020). International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*. https://doi.org/10.1177/0047287520931593 [In English].

Gallego, I., & Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: Using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism, 1–20.* https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1773476 [In English].

García-Cabrera, A. M. & Durán-Herrera, J. J. (2014). Does the tourism industry co-evolve? *Annals of Tourism Research, 47,* 81–83. https://doi.org/10.1016/j.annals [In English].

Giddens, A. (1989). *Sociology.* Oxford. [In English].

Gomes, B. M. A.; Vargas-Sánchez, A. & Pessali, H. F. (2014). Interação Empresários-Setor Público no Turismo: uma análise institucional e neocorporativista na cidade de Huelva (Espanha). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 8 (3),* 382–402. https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i3.760 [In Spanish].

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies, 1–22.* https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131 [In English].

Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's hotel industry: Impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. *International Journal of Hospitality Management, 90,* 102636. [In English].

Harbar, H. A. (2007). *Formation and development of the socio-cultural institute of hospitality in Ukrainian tourism: the last third of the XIX century. — 1990 (based on material from the Mykolaiv region)* [Thesis abstract for obtaining the scientific degree of Doctor of Historical Sciences: specialty 17.00.01, Kyiv National University of Culture and Arts]. [In Ukrainian].

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies, 1–14.* https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748 [In English].

Horskyi, S. V. (2008). The place of tourism in the process of social integration. *Naukovi zapysky KUTEP: shchorichnyk. Issue 5. Seriia: filosofski nauky* (pp. 176–183). [In Ukrainian].

International tourism continues to outpace the global economy (2019). https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152 [In English].

Kruchek, O. A. (2010). Tourismology: the process of forming the theory of tourism. *Naukovi zapysky Kyivskoho universytetu turyzmu, ekonomiky i prava. Seriia: Filosofski nauky*. Issue 8, pp. 139–166. [In Ukrainian].

Lavandoski, J.; Albino Silva, J.; & Vargas-Sánchez, A. (2014). *Institutional Theory in Tourism Studies: Evidence and Future Directions.* Spatial and Organizational Dynamics Discussion Papers, 2014-3, CIEO-Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve. [In English].

Le, Y.; Hollenhorst, S.; Harris, C.; McLaughlin, W. & Shook, S. (2006). Environmental management: A Study of Vietnamese Hotels. *Annals of Tourism Research, 33 (2),* 545–567. https://doi.org/10.1016/j [In English].

On tourism: the Law of Ukraine as amended on November 18, 2003. (№ 1281-IV). https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm [In Ukrainian].

Parsons, T. (1968). Interaction: I. Social Interaction. In D. L. Sills (Ed.), *The International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 7, 429–441). McGraw-Hill. [In English].

Pimentel, M. P. C.; Pereira, J. R. & Boas, A. A. V. (2011). *A Institucionalização das políticas públicas de turismo em âmbito municipal no Brasil. En. Pereira,*

J. R. (Org.). Gestão Social de Políticas Públicas. UFLA. [In Spanish].

Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research, 84,* 102994 https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994 [In English].

Ramkissoon, H., & Sowamber, V. (2020). Local community support in tourism in Mauritius — The case of Ray of Light by LUX. In E. Adu-Ampong, A. Ribeiro, & M. Novelli (Eds.), In *Routledge Handbook of Tourism in Africa* (417–428). Routledge. [In English].

Rogerson, C. M., & Baum, T. (2020). COVID-19 and African tourism research agendas. *Development Southern Africa, 37 (5),* 727–741. https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1818551 [In English].

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research, 117,* 312–321. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015 [In English].

Song, H.; Dwyer, L.; Li. G. & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research, 39 (3),* 1653–1682. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.023 [In English].

Spencer, H. (2013). *Social Statics.* Gama-Print. [In English].

Stolbova, Yu. (2010). Theoretical aspects of the institutionalization of tourism. *Sotsialni vymiry suspilstva, 2,* 378–387. [In Ukrainian].

UNWTO World Tourism Barometer November 2019 EXCERPT (2019). https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-12/UNWTO_Barom19_04_November_excerpt_0.pdf [In English].

Vyshnevska, O. O. (2009). *The phenomenon of tourism in the modern socio-cultural space: monograph.* KhNU. [In Ukrainian].

Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice.* Butterworth-Heinemann. https://scirp.org/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1779670 [In English].

Weber, M. (2019). *Basic Sociological Concepts. Economy and Society: A New Translation* (c. 77–138). Cambridge, MA and London, England: Harvard University Press. https://doi.org/10.4159/9780674240827-004 [In English].

Zbarskyi, V. K., Hrybova, D. V. (2020). Institutional foundations of research on the development of the tourism industry. *Efektyvna ekonomika,* 2. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/10.pdf [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 15.08.22