

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М.М. Логвин

„_____” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ:
СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПОВОЄННІ МОЖЛИВОСТІ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм”
освітня програма “Туризм” ступеня бакалавра***

Виконавець роботи Рикова Ксенія Іванівна

(підпис, дата)

Науковий керівник доц. Карпенко Ніна Миколаївна

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутнісні характеристики, різновиди та суспільне значення соціального туризму	6
1.2. Соціальний туризм як чинник кроскультурного діалогу та духовної інтеграції країн і народів.....	12
1.3. Сучасні світові й вітчизняні тенденції розвитку соціального туризму	20
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	31
2.1. Оцінка сучасного стану розвитку соціального туризму в Україні	31
2.2. Проблеми розвитку соціального туризму в Україні	39
2.3. Основні напрями розвитку соціального туризму в Україні	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	55
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Соціально-економічні перетворення в Україні, зміна умов життя людей пред'явили нові вимоги до людини, її здоров'я та творчого потенціалу, характеру взаємовідносин з навколишнім середовищем. В період економічних негараздів саме туризм може дати можливість багатьом країнам перебороти або ж істотно пом'якшити економічну кризу, підтягнути всі інші галузі економіки. Туристська галузь України завдяки багатим природним, історико-культурним, трудовим ресурсам цілком може претендувати на чільні позиції в економіці держави.

Але для цього їй необхідна державна підтримка, визнання її пріоритетною не на словах, а на ділі. Гасло Всесвітньої Туристської Організації «Де розвивається туризм, відступає бідність» є актуальним для нашої держави. На сьогоднішній день послугами туристських фірм в Україні користується лише 8% населення держави. Інша частина населення або організовує свій відпочинок самотужки, або в силу соціально-економічних причин взагалі не має можливості повноцінного відпочинку і оздоровлення. Це «електоральне поле» так званого соціального туризму. З урахуванням багатьох соціальних показників життя населення України розвиток соціального туризму в нашій державі є надзвичайно важливим і актуальним.

Розгляду соціального туризму в Україні присвятили свої роботи такі вчені, як О.О. Бейдик, М.П. Крачило, О.О. Любіцева, В.І. Мацола, М.Й. Рутинський і інші.

Про визначення соціальних чинників діяльності туристичних підприємств як основи для підвищення їх конкурентоспроможності йдеться в працях Сазонця І. Л., Джинджояна В. В., Панченко С.А., Заслуговують уваги праці Миронова Ю.Б., Михальського Ю.В., Рогового А. В., Забаштанського М. М., які присвячені вивченню дієвих соціально-економічних механізмів розвитку соціального партнерства як детермінанти розвитку соціального туризму в

Україні.

В Законі України «Про туризм» про соціальний туризм навіть і не згадується. І лише в Стратегії розвитку туризму і курортів, затвердженій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.17 за № 168-р, серед основних напрямів реалізації Стратегії вказується – «подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни» [69].

Метою роботи є дослідження сучасного стану розвитку і організації соціального туризму в Україні та його повоєнні можливості. На підставі мети у роботі поставлені наступні завдання:

- розкрити сутнісні характеристики, різновиди та суспільне значення соціального туризму;
- висвітлити соціальний туризм як чинник кроскультурного діалогу та духовної інтеграції країн і народів;
- проаналізувати сучасні світові й вітчизняні тенденції розвитку соціального туризму;
- оцінити сучасного стану розвитку соціального туризму в Україні;
- дослідити проблеми розвитку соціального туризму в Україні;
- обґрунтувати основні напрями розвитку соціального туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси розвитку соціального туризму. Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні особливості розвитку соціального туризму в Україні.

Для розв'язання визначених завдань роботи, досягнення мети використовувався наступний комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема, методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, методи прямого структурного аналізу, узагальнення. За допомогою аналітичного методу здійснено підбір інформації за темою.

Використовувався метод економіко-статистичного аналізу.

Інформаційною базою слугували: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регламентують діяльність у галузі туризму, матеріали Державної служби статистики України, матеріали Національної соціальної сервісної служби України, праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем дослідження організації соціального туризму на регіональному рівні, публікації в наукових періодичних виданнях, матеріали науково-практичних конференцій, дані всесвітньої мережі Інтернет.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані опубліковані в матеріалах кафедрального круглого столу студентів та аспірантів “Туризм і молодь – 2025” (м. Полтава, 2025 рік).

Структурно робота складається з двох розділів, вступу, висновків, переліку інформаційних джерел. У роботі налічується 9 рисунків, 4 таблиці, 2 додатки в яких 1 рисунок та 3 таблиці, перелік інформаційних джерел налічує 87 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутнісні характеристики, різновиди та суспільне значення соціального туризму

Метою реалізації Стратегії розвитку туризму і курортів є «формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [69].

Соціальний туризм спрямований на організацію подорожей і відпочинку для соціально вразливих груп населення з метою відновлення їх працездатності, а також фізичних і моральних сил. У Манільській декларації по міжнародному туризму (1980 р.) вказується, що «соціальний туризм – це ціль, до якої суспільство повинне прагнути в інтересах менш забезпечених громадян» [40].

Федорченко В.К. і Дьорова Т.А. вважають, що «соціальний туризм полягає в організації змістовного оздоровлення та відпочинку для широких верств населення за мінімально доступними (бюджетними) цінами, спрямованими виключно на задоволення потреб у відновленні матеріальної бази» [75]. Саме виділення прошарків населення і є основним при окресленні ключових видів і наповнення соціального туризму (рис. А. 1).

Як видно з рис. А.1, вид туризму визначається не лише віком і складом населення, а й видом занять та ресурсами, що використовуються для його забезпечення. Водночас усі зазначені види туризму мають спільну мету – спрямованість на відновлення людських ресурсів, оздоровлення та підвищення продуктивності.

Задорожна К.І. наголошує, що соціальний туризм у сучасних ринкових умовах уже набув інституційних ознак завдяки складній структурі соціально-економічних відносин, яка базується на змішаній моделі фінансування із залученням приватного капіталу та коштів спільного користування, таких як державні чи місцеві бюджети. Цей сегмент туристичного ринку включає такі компоненти, як споживачі, фінансові джерела та соціальна відповідальність, що виражається через соціальні інвестиції: соціальну допомогу, благодійність, охорону здоров'я працівників та сприяння суспільному розвитку [24]. Соціальний туризм базується на співпраці приватного та державного секторів, спрямованій на надання соціальних послуг.

Однак в Україні цей інститут ще недостатньо розвинений і потребує вивчення зарубіжного досвіду. Користувачами соціального туризму можуть бути люди різного віку, рівня доходів та місця проживання. Широке застосування отримали чеки, які сприяють цільовому використанню бюджетних коштів і підтримують відновлення людських ресурсів. Важливу роль відіграють також державні програми підтримки соціального туризму або його окремих напрямків [79].

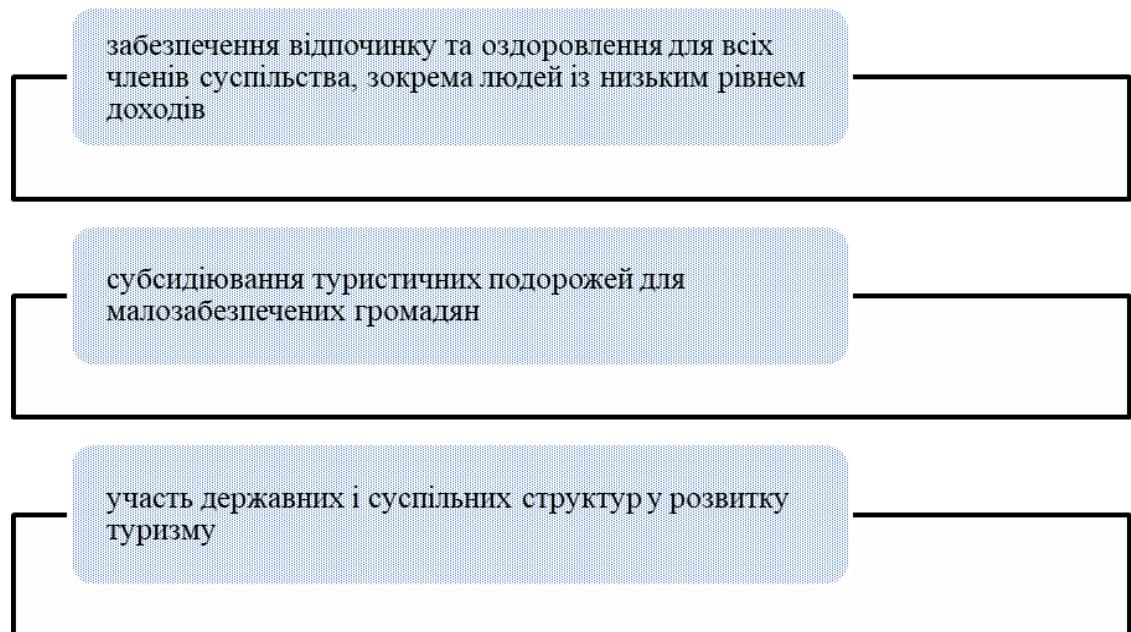


Рис. 1.1.1 Ключові принципи соціального туризму, складено за [79]

Сучасна концепція соціального туризму ґрунтується на трьох ключових принципах: [79] (див. рис. 1.1.1).

Ця концепція успішно реалізована в багатьох розвинених країнах, таких як Швейцарія, Німеччина та Франція, де застосовуються так звані відпускні чеки. У деяких країнах активно розглядаються законопроекти, присвячені соціальному туризму. В Україні ж ідея розвитку цього напрямку лише набуває актуальності.

У радянські часи майже весь туризм можна було вважати соціальним, оскільки понад 70% вартості путівок покривали профспілки, молодіжні організації та державні підприємства. Сьогодні частка соціального туризму значно зменшилася, оскільки небагато громадян можуть дозволити собі виділити кошти на подорожі по країні, не кажучи вже про поїздки за кордон.

Серед фахівців тривають дискусії щодо того, які саме види туризму варто відносити до категорії соціального. Чітка класифікація та сегментація соціального туризму є ключовими для ухвалення державних рішень щодо його розвитку. Найпростішим критерієм для класифікації є соціально-вікова ознака. До таких видів належать дитячо-юнацький, молодіжний (студентський), туризм для людей похилого віку та туризм для осіб з інвалідністю (рис. 1.1.2).



Рис.1.1.2 Соціально-вікова ознака в класифікації соціального туризму, за [31]

Проте цей підхід має значні недоліки, оскільки не всі молоді люди, особи похилого віку, сім'ї чи люди з особливими потребами виключені з туристичного процесу. Крім того, зазначені цільові групи не охоплюють усіх соціальних категорій, які залишаються поза туризмом. У різних країнах застосовуються різні підходи до підтримки таких груп: в одних випадках їх

фінансування здійснюється цілеспрямовано, в інших вони інтегровані до більш універсальних структур підтримки [49].

За мотиваційним критерієм до соціального туризму можна віднести спортивний туризм, зелений (сільський) туризм, екологічний туризм, а також усі інші види туризму, спрямовані на задоволення потреб зазначених соціально-вікових груп. (рис. 1.1.3).



Рис. 1.1.3 Класифікація соціального туризму за мотиваційною ознакою, за [31]

Співвідношення сегментів соціального туризму в Україні доцільно аналізувати, порівнюючи їх за обсягами і взаємопроникненням понять. Для цього зручно використовувати діаграми Венна, які наочно демонструють, як різні сегменти соціального туризму взаємодіють між собою (рис. 1.1.4).

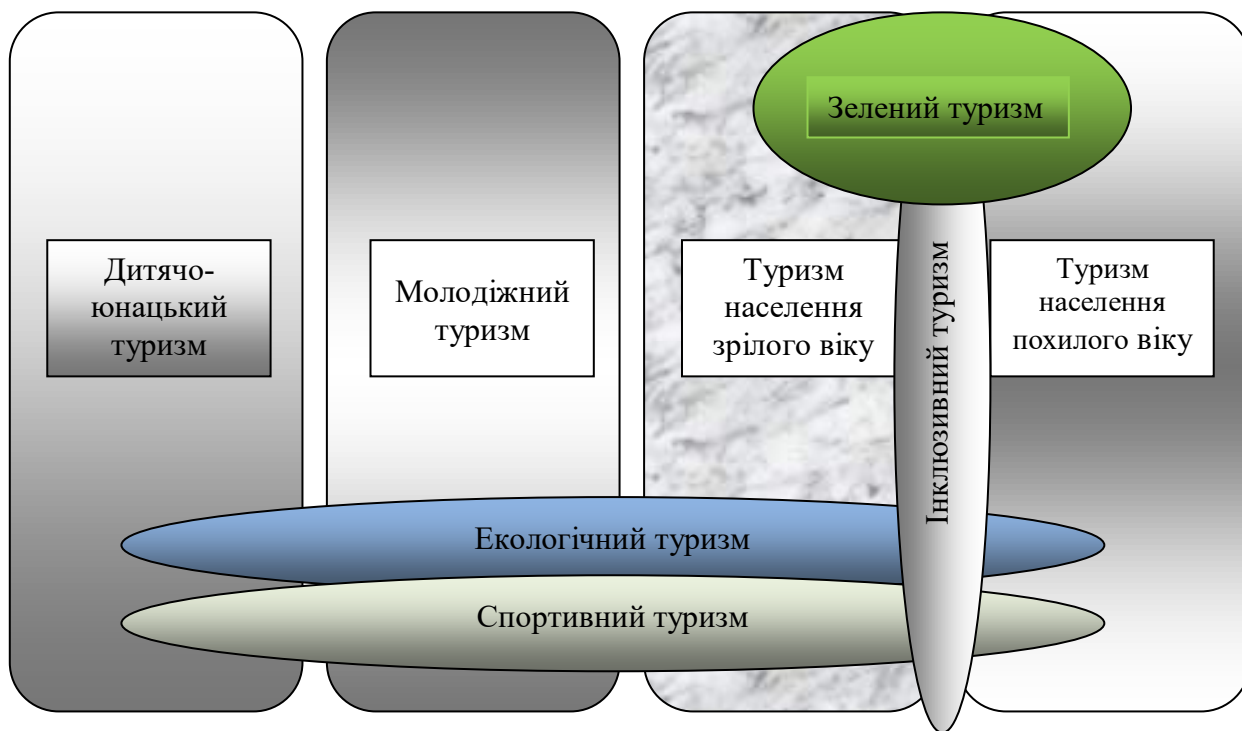


Рис. 1.1.4. Співвідношення сегментів соціального туризму (за допомогою діаграм Венна), за [31]

З точки зору аналізу сегментації соціального туризму у сучасній Україні найважливішим і пріоритетним напрямком державної політики є дитячо-юнацький туризм. Він орієнтований на соціально важливу категорію суспільства – підростаюче покоління, який займає особливе місце в системі рекреаційно-туристської діяльності. В Україні до збройної агресії різними формами туристсько-краєзнавчої роботи охоплено понад 1 млн. 250 тис. дітей, що становило менше 20% від загальної кількості учнів. Щорічно в позашкільних навчальних закладах туристичного напрямку займалося майже 530 тис. учнів. З 1988 до 2008 року кількість закладів дитячо-юнацького туризму зросла в 3,5 рази, тоді як система дорослого туризму за цей період зазнала значних втрат. У 2022 р. було 1959 туристсько-спортивних гуртків, в яких налічувалось 32916 гуртківців, 1760 туристсько-краєзнавчих гуртків із 28 714 гуртківцями та 3406 військово-патріотичні гуртки (54854 гуртківці) [25].

Наразі в системі дитячо-юнацького туризму працює 108 позашкільних навчальних закладів у всіх регіонах України. Однак наведені кількісні показники, коли лише кожна п'ята дитина залучена до туристсько-краєзнавчої діяльності, свідчать про значний невикористаний потенціал цієї системи.

Молодіжний (студентський) туризм як система в Україні ще не сформований. У розвинених країнах світу успішно функціонує система доступного студентського розміщення – хостели – яка в Україні тільки починає розвиватися. Для створення ефективної системи молодіжного (студентського) туризму в Україні необхідно докласти значних зусиль, оскільки у всьому світі студентська молодь є найактивнішим сегментом туристичного ринку.

Туризм для людей похилого віку (туризм "сеньйорів") та туризм для осіб з інвалідністю в Україні практично не розвинені. У той час як у високорозвинених країнах подорожі літніх людей є масовими та надзвичайно популярними, часто конкуруючи з молодіжними подорожами, в Україні цей сегмент залишається поза увагою. Люди з інвалідністю здебільшого можуть

розраховувати лише на обмежене санаторно-курортне лікування. Туристичне обслуговування для осіб з інвалідністю майже відсутнє, бо туристичні заклади, об'єкти гостинності та транспортна інфраструктура не адаптовані до їх потреб.

Розвитком спортивного туризму в Україні займається Федерація спортивного туризму України, яка має осередки у всіх регіонах країни. Наразі до її складу входить понад 14 тис. туристів-спортсменів. Спортивний туризм, перебуваючи на межі спорту й активного відпочинку на природі, сприяє розвитку внутрішнього туризму. Його популярність пояснюється відносно низькою вартістю та ефективністю як форми дозвілля, що робить його соціально значущим у контексті невисокого рівня доходів значної частини населення.

Зелений (сільський) туризм в Україні перебуває на етапі становлення. Його віднесення до категорії соціального туризму може здаватися парадоксальним, оскільки ключовим фактором є не споживач турпродукту, а його продуцент – сільське населення. Цей вид туризму сприяє розвитку місцевої економіки, підвищує рівень зайнятості та створює нові робочі місця.

Зелений туризм є унікальною галуззю, яка практично не потребує значних інвестицій чи додаткових капіталовкладень, але може забезпечувати стабільний дохід тим, хто ним займається. Досвід європейських країн свідчить, що організація сільського туризму сприяє раціональному господарюванню, покращенню благоустрою та санітарного стану населених пунктів, зокрема селянських садиб, об'єктів соціальної сфери та туристичної інфраструктури. Така діяльність підвищує зайнятість сільського населення, сприяє відродженню народних промислів і стимулює зростання виробництва.

Функціонування екологічного туризму в Україні має сприяти впровадженню освітніх екологічних програм для широких верств населення та створенню туристичних маршрутів для організованих груп. Ці маршрути проходять через території національних природних і регіональних ландшафтних парків, заповідні зони, що забезпечить збереження природного середовища та підвищить екологічну свідомість суспільства.

У наступному підрозділі буде розглянуто соціальний туризм як чинник кроскультурного діалогу та духовної інтеграції країн і народів.

1.2. Соціальний туризм як чинник кроскультурного діалогу та духовної інтеграції країн і народів

У сучасних умовах зростає значення соціального туризму в житті суспільства, а держава поступово визначає його як один із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки. Туризм стає динамічною і розгалуженою індустрією, яка організовує подорожі та задовольняє потреби дедалі більшої кількості людей. На тлі глобалізаційних процесів особливої актуальності набуває аналіз соціально-комунікативної функції туризму. У цьому контексті соціальний туризм слід розглядати як чинник духовної інтеграції людства, що сприяє гармонізації взаємодії між людиною і суспільством, а також між суспільством і природою [21].

Суспільство XXI століття, яке характеризується інформаційністю, відкритістю та віртуальністю, формує вектор взаємодії, що базується на постійному міжособистісному зв'язку, комунікації та систематичному контакті людських спільнот із різними культурними реаліями. Однією з визначальних рис сучасності є зростання кількості людей, які через туризм знайомляться з культурним різноманіттям. Саме комунікація виступає соціальним стрижнем, у якому перетинаються і взаємодіють людські якості та культурні надбання [63].

Суспільні зміни сучасності супроводжуються загостренням уваги до проблем комунікації на всіх рівнях соціальної взаємодії, формуванням нових комунікаційних структур і процесів, а також визначенням їхньої ролі у розвитку суспільства. Актуальність цієї проблематики зумовлена тим, що вільний час і дозвілля стають важливими аспектами життя сучасної людини. Удосконалення виробничої та інших видів діяльності сприяє зростанню обсягу вільного часу, який люди можуть використовувати за власним вибором, реалізуючи своє право на свободу діяльності.

Водночас ця свобода залишається обмеженою низкою природних і

соціокультурних чинників. Серед них – природні умови проживання (географічні, кліматичні тощо), рівень розвитку виробничих відносин і технологій, соціально-демографічні особливості, інституційні й етнокультурні фактори, а також просторово-часові обмеження, мовні бар'єри та фільтри. Процеси, що відбуваються у сфері дозвілля, характеризуються значною варіативністю та нерівномірними темпами розвитку, що вирізняє цю галузь серед інших аспектів соціального життя індивіда [21].

У сфері вільного часу, під впливом об'єктивних чинників, характерних для сучасного життя, відбуваються якісні зміни у способах його проведення. Дозвілля набуває цілеспрямованого, організованого характеру, що передбачає змістовне використання часу, розумне його структурування відповідно до особистих інтересів індивіда та потреб його сім'ї. Особлива увага приділяється формам дозвілля, які мають не лише розважальний, а й пізнавальний характер, сприяючи розвитку особистості та гармонізації сімейного життя [3].

Соціальний туризм є одним із ключових видів організованої дозвіллевої діяльності та важливим елементом соціально-комунікаційної організації культурного середовища [21]. Подорожі відіграли значну роль у розвитку людства, оскільки вони не лише розширювали межі вивченого соціального простору, але й стимулювали міжетнічну та міжцивілізаційну комунікацію, слугували каталізатором соціального пізнання та формування соціально-просторової ідентичності.

Знайомство з «своїм» і «чужим» соціокультурним простором, а також здатність подивитися на себе з боку, стали важливими передумовами інноваційної активності та розвитку соціальних інститутів. Саме завдяки соціальному туризму зростають духовні потреби, відбувається диференціація соціальних запитів, формується інтерес до систематичного вивчення інших моделей соціальної поведінки, а також матеріальної й духовної діяльності. Соціальний туризм сприяє чуттєвому та предметному пізнанню світу, збагачуючи індивідуальний і суспільний досвід.

Глобалізаційні тенденції виступають потужним каталізатором соціальної

комунікації, надаючи їй нових якісних форм. У межах глобального цивілізаційного процесу сучасна людина отримує необмежені можливості для взаємодії з представниками інших культур.

«Соціальна комунікація сьогодні охоплює різноманітні аспекти життя: економіку, політику, військове співробітництво, культурні заходи (виставки, фестивалі), навчання за кордоном, моду, спорт і туризм. Ці процеси сприяють поглибленню зв'язків між різними спільнотами та формують нові можливості для культурного обміну й взаємозбагачення» [10]. Дослідження соціального туризму як феномену соціальної комунікації та духовної інтеграції людства викликає потужний науковий та практичний інтерес. Соціальний туризм сприяє формуванню міжкультурного діалогу, взаєморозуміння і обміну духовними цінностями між різними спільнотами, що є особливо важливим у сучасному глобалізованому світі.

Соціальний туризм розширює можливості людей для соціального пізнання, сприяючи знайомству з різними моделями соціальної поведінки, культурними традиціями і духовними надбаннями, що має вирішальне значення для збереження і розвитку культурного розмаїття. Тому дослідження туристичної галузі як форми соціальної комунікації набуває особливого значення. Соціально-комунікаційні процеси у сфері туристичних послуг це особливий тип соціальної взаємодії, який необхідний для глибшого розуміння взаємозв'язків між культурами та соціальними групами.

Таким чином, важливо звернути увагу на туризм як комунікаційний канал, який не лише забезпечує дозвілля, а й сприяє обміну ідеями, цінностями та досвідом між людьми з різних культур.

Туристичні комунікації сприяють формуванню невимушеного, добровільного спілкування, яке базується на довірі та щирості. Справжній турист – це людина діалогічного стилю, здатна на змістовне, морально значиме та соціально корисне спілкування. Проте культура спілкування та довірливі відносини не виникають спонтанно; вони потребують значних зусиль, бажання домовлятися, психологічної готовності до доброзичливих контактів, а також

відповідних навичок. Формування такої культури є завданням усіх суспільних інститутів, але особливу роль у цьому процесі відіграє соціальний туризм [21]. Соціальний туризм має потужний потенціал для інтеграції людства, подолання тенденцій сепаратизму, розколу, конфронтації та ворожнечі. Завдяки своїм різноманітним можливостям він сприяє вирішенню багатьох взаємопов'язаних проблем суспільного значення. Однією з ключових є інтеграція сучасного «розірваного світу» та зміцнення тенденцій солідарності й комунітаризму. «...Завдяки прямим, спонтанним і невимушеним контактам, що їх здійснюють чоловіки і жінки, що представляють різні культури і способи життя, туризм сприяє забезпеченню в світовій і регіональній спільнотах атмосфери добросусідства і гостинності» [13].

Спілкування між подорожуючими людьми є універсальною формою міжособистісних контактів. Процеси інтернаціоналізації та глобалізації надають йому значущості як важливого чинника, що впливає на якість життя людства. Недарма туризм називають ефективним засобом «народної дипломатії», адже міжособистісні стосунки перевершують офіційні міжурядові взаємини своєю щирістю, безпосередністю та прозорістю. У цьому контексті особливий гуманістичний потенціал мають соціальний, сімейний, молодіжний, релігійний, «ностальгічний», «подієвий» туризм, а також подорожі для людей похилого віку та осіб з інвалідністю. Цими ознаками «туризм співзвучний гуманізму» (Г. Бідо).

Філософський підхід до вивчення туризму стверджує, що він відіграє важливу роль в об'єднанні людей, сприяє комунікації та соціалізації через ознайомлення з культурними надбаннями як національного, так і світового рівня, а також поширення загальнолюдських етичних цінностей.

Соціальний туризм, як одна з найбільш доступних форм людських взаємин, сприяє моральному оздоровленню суспільства, яке стикається з дефіцитом щирості й теплоти у спілкуванні. Гуманістичний та терапевтичний аспект культури спілкування й етики визначається її ціннісними нормами [21]:

а) принцип самодостатності особистості (гідність людини);

б) принцип толерантності (визнання альтернативного погляду, думки, уявлень, способу життя).

Дотримання та взаємодоповнення цих принципів сприяє формуванню у суспільстві моральної атмосфери широго спілкування і довіри, що стають основою для дружнього об'єднання, соціальної гармонії та цивілізованої взаємодії.

Туризм є важливим соціальним явищем у житті світової спільноти, заснованим на гуманістичних цілях і принципах. Він відіграє роль чинника соціальної рівноваги, взаєморозуміння між народами та сприяє розвитку особистості. Туризм має значний культурний [36] і духовний потенціал, а соціальний туризм відкрив можливість для пізнання досягнень людського розуму, знайомства з історичними та культурними цінностями народів. Його духовна складова переважає над економічними й матеріальними аспектами, сприяючи гармонійному розвитку особистості.

Туризм тісно пов'язаний із соціокультурним розвитком суспільства, його ціннісними пріоритетами та орієнтирами. Духовне життя сучасного суспільства характеризується відсутністю єдиного коріння, а пошук ідеалів зводиться до особистісних експериментів, які включають освоєння нових соціальних ролей і просторових переміщень у процесі пошуку самоідентифікації.

Масовий туризм є важливим соціальним явищем, вплив якого лише нещодавно став очевидним. Разом із сучасними мобільними технологіями він перетворює комунікацію на динамічний процес "у русі". Взаємне збагачення транснаціональних форм культури значною мірою здійснюється завдяки обміну соціокультурною інформацією між туристами.

Особливе значення має інтерпретація сталого туризму як перспективної соціальної інновації, яка створює умови для інтеграції різних технологій і практик формування сучасної культури та розвитку особистості. Це означає, що стійкий туризм може виступати інструментом об'єднання значущих соціальних практик, таких як культурно-просвітницькі ініціативи та спортивно-оздоровчі заходи. Такі практики сприяють соціальному розвитку особистості,

формуванню екологічно відповідального, творчого й продуктивного способу мислення.

Принципи стійкості, запропоновані ЮНЕСКО як чотири основні освітні орієнтири майбутнього – "вчитися жити разом", "вчитися пізнавати", "вчитися робити" та "вчитися бути" [21] – є актуальними перед соціальним туризмом і механізмами соціалізації особистості у постіндустріальному світі. Ці принципи спрямовані на інтеграцію чотирьох ключових процесів.

По-перше, це розвиток соціальної солідарності, довіри та відкритої, етичної комунікації між представниками різних соціальних груп, культур, етносів, цивілізацій, а також політичних і релігійних інститутів. Основа цього процесу – навчання жити разом у мирі, досягати взаєморозуміння і консенсусу з важливих питань соціального розвитку.

По-друге, це формування креативного мислення, орієнтованого на ефективний пошук рішень для проблем, які виникають у швидкозмінних умовах сучасного світу. У глобалізованому середовищі, де міжкультурна взаємодія постійно розширюється, когнітивний компонент свідомості набуває особливого значення. Інститути соціалізації постіндустріального суспільства мають формувати людину-туриста, здатного до творчого і продуктивного мислення, спрямованого на отримання нових знань, розвиток навичок і компетенцій. Це необхідно для швидкої адаптації до нових видів діяльності. Таким чином, принцип "вчитися пізнавати" стає символом інноваційної моделі туризму.

Екзистенційне проектування особистості передбачає розвиток здатності жити в суспільстві, зберігаючи власну ідентичність, навіть у процесі подорожей, які передбачають різноманітні форми взаємодії та комунікації з іншими людьми. Важливими аспектами є вміння знаходити свою ідентичність, досягати цілісності існування, долати кризи індивідуального розвитку, а також встановлювати гармонійні стосунки між різними аспектами людської природи – природно-біологічним, соціокультурним і духовно-моральним. Усі ці елементи є необхідними умовами для повноцінного соціального життя особистості [21].

Особа, яка розвинула довіру до інших, суспільства загалом, а також володіє самостійністю і підприємливістю, здатна знайти свою соціальну, культурну та етнічну ідентичність і ефективно вирішувати проблеми, що виникають у її житті. Саме таку особистість мають виховувати сучасні інститути соціалізації, адже без почуття цілісності буття, приналежності до певного суспільства та культури, а також співпричетності до всього людства, індивід не зможе адекватно реагувати на соціальні й екологічні виклики нашого часу.

Таким чином, туризм у своїй дипломатичній ролі виконує важливу інтегративну функцію. Він допомагає долати ксенофобію, непорозуміння, недовіру і ворожнечу. Знайомство з іншими культурами та різними «життєвими світами» розширює горизонти культурної, моральної та навіть політичної самоідентифікації, сприяє усвідомленню єдності багатогранного людського буття і формує ставлення до «іншого» як до частини спільного «ми» (Р. Рорті).

Інтегративна функція туризму була відображена і в документах, прийнятих ВТО на стику тисячоліть. Зокрема, в Балійській декларації по туризму, прийнятій на Другому міжнародному форумі парламентаріїв світу (вересень 1996 р., Індонезія), зазначено, що «туризм може реально підвищити якість міжлюдських відносин незалежно від етнічних, расових, релігійних або соціокультурних відмінностей і що він покликаний відігравати помітну роль не тільки у забезпеченні взаєморозуміння і в поліпшенні міжнародних відносин, а й у справі досягнення миру в усьому світі» [3]. Декларація констатує: «При розвитку туризму в приймаючих туристських регіонах слід підтримувати рівновагу між інтересами місцевого населення і туристів; розвиток туризму має сприяти формуванню доброзичливих відносин між туристами та місцевим населенням на основі рівноправності з метою посилення взаєморозуміння і поважливого ставлення до відмінностей, а також з метою гарантування безпечної, мирної та спокійної атмосфери» [3].

Непересічне значення для інтегративної функції туризму має Монреальська декларація «До гуманного та соціального бачення туризму» [43].

Її перший розділ носить назву «Соціальний туризм високий ідеал перед лицем дискримінації і проблем інтеграції». Тут підкреслюється, що: «Сьогодні у світі, в якому дедалі частіше постає питання про смисл існування,... в цьому світі туризм зростає стійкими темпами. Ми є свідками вражаючого збільшення обсягів подорожей з діловими цілями та на відпочинок, відкриття кордонів, диверсифікації туристських напрямків, нових засобів комунікації та транспорту» [43]. Тобто, інтегративна функція туризму є наслідком і орієнтиром для урядів країн світу, а стаття 2 декларації наголошує, що «всі ініціативи з розвитку туризму мають бути націлені на повну реалізацію потенціалу кожної людини як особистості, так і громадянина» [43].

Упродовж останніх років туризм став ключовим чинником соціальної та культурної інтеграції. Туристичний продукт можна вважати ефективним комунікаційним каналом у сучасних умовах, адже він є як проявом, так і інструментом посилення культурної взаємодії. Туризм сприяє згуртованості суспільства, допомагаючи залучати людей, які могли б залишатися ізольованими, оскільки створює умови для зустрічей і діалогу між «гостями» та «господарями». Він поглиблює знання про інші народи, сприяє взаєморозумінню та зміцненню соціальних зв'язків. Як форма народної дипломатії, туризм виконує важливі гуманістичні функції.

Міжнародний турист, здійснюючи міжособистісну комунікацію, виступає представником свого народу та культури. Туристична діяльність поєднує відпочинок із пізнанням побуту, історії, культури, традицій і звичаїв як свого народу, так і інших. Завдяки соціальному туризму, який залучає до активності широкі верстви населення, значно розширюються можливості культурної та соціальної комунікації. Це сприяє досягненню взаєморозуміння між народами, відкриває «закриті» суспільства та поступово інтегрує їх у світове співтовариство. Такий процес зміцнює основи глобальної інтеграції людства на принципах толерантності та гуманізму [9].

Міжособистісне спілкування, виконуючи інформаційно-комунікативну функцію, є важливою складовою процесу взаєморозуміння, який зрештою

забезпечує суспільну й міжнародну солідарність. У цьому контексті туризм має значні переваги серед інших форм людських контактів.

Проблема єдності світу та суспільної солідарності зводиться до питання можливості гармонії між людьми. При цьому мова йде не про ідеальних, високо свідомих особистостей, а про реальних людей, чиє життя нерідко наповнене соціальними конфліктами, суперечностями та власними драматичними подіями. Соціальна цінність і значущість туризму як інструменту комунікативної культури полягає в його здатності виконувати миротворчу роль у ситуаціях міжнародних і внутрішніх конфліктів, бути стабілізатором громадянської злагоди, чинником добросусідства, дружби та взаєморозуміння [40].

Подальший розвиток туризму повинен бути спрямований на впорядкування діалогу між народами, зближення культур і прояв туризму як форми соціокультурної комунікації. Це передбачає зміцнення його ролі у формуванні толерантності, взаємоповаги та підтримки миру у сучасному світі.

Наступним кроком передбачено дослідження світових і вітчизняних тенденцій розвитку соціального туризму

1.3. Сучасні світові й вітчизняні тенденції розвитку соціального туризму

Соціальний туризм є динамічним, який адаптується до трансформацій у зовнішньому середовищі. Інтерес у цьому напрямку зростає, і ставлення до нього в у світі зазнало значних змін. Якщо раніше соціальний туризм вважався застарілим і навіть шкідливим, то нині він уособлює сучасні ідеї та концепції.

У європейських країнах держава регулює соціальний туризм через Міністерство туризму або національні туристичні організації, а також опосередковано – за допомогою правових інструментів, підтримки інфраструктури та міжнародної політики. Це сприяє залученню інвестицій із

різних джерел (державні і приватні сектори та міжнародні організації).

Соціальний туризм безпосередньо залежить від загального рівня розвитку туристичної індустрії в країні. Як специфічний елемент національної економіки, він перебуває під впливом численних чинників і потребує постійного фінансування та впровадження ефективної фінансової політики для забезпечення свого сталого розвитку.

У розвинених країнах Європи та Північній Америці існує значний досвід розвитку соціального туризму. З одного боку, він фінансується благодійними організаціями, а з іншого – туроператори зацікавлені в гнучкій системі знижок для людей з невисоким рівнем доходів. Завдяки цьому відпочинок стає доступнішим завдяки низькій вартості, що значно підвищує попит і приносить дохід туристичним підприємствам.

Також туристичним компаніям така система дозволяє реалізовувати путівки, які не були продані за повну вартість, зі знижкою, що сприяє ефективному використанню ресурсів і підвищенню загального рівня обслуговування клієнтів [1]. Цей підхід має передумови для впровадження і в Україні.

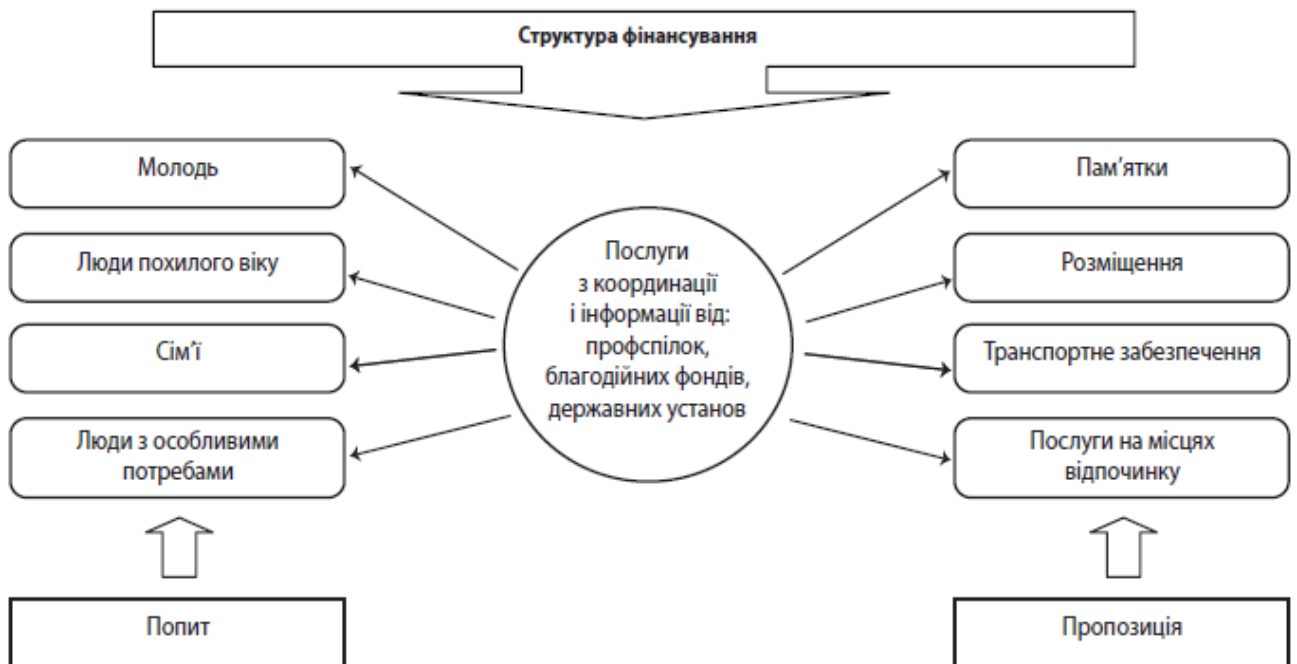


Рис. 1.3.1 Організація соціального туризму в Європі та її структура, за [49]

На рис. 1.3.1 представлена узагальнена структура системи організації

соціального туризму в Європі, яка включає фактори попиту і пропозиції, а також їх ключові елементи, що мають спільні риси для країн Європи. Однак такі важливі компоненти, як методи фінансування та проміжні організації, можуть значно змінюватися в різних країнах [49].

Загалом виокремлюють чотири цільові групи соціального туризму: молодь, люди похилого віку, сім'ї та люди з особливими потребами. Проте цей підхід має істотні обмеження, оскільки не всі молоді люди, літні особи, сім'ї та особи з обмеженими можливостями включені до процесу туризму. Також зазначені групи не охоплюють усі соціальні категорії, які залишаються поза межами туристичних можливостей.

Зазначаємо, що у різних країнах використовуються різні підходи до підтримки цих груп: у деяких країнах вони фінансуються цілеспрямовано, в інших – включені до більш універсальних структур, що забезпечують доступ до туризму всім соціальним верствам населення.

Кожна країна спрямовує фінансування на різні групи. А власне фінансовий механізм складається з [49]:

- прямого державного фінансування різноманітного політичного рівня залежно від системи управління і рівня інтеграції держави у соціальну політику;
- непряме державне фінансування через страхування здоров'я чи пожертви;
- кошти профспілок чи організацій соціального туризму;
- благодійні фонди та релігійні організації [49].

У європейських країнах застосовуються різні підходи до державної фінансової підтримки туристичного сектора. У Греції та Португалії переважає надання пільгових позик. В Австрії такі позики становлять половину всіх інвестицій, їх видають на 20 років під 5% від загальної суми комісійних. У Франції, Італії та Великій Британії основний акцент робиться на субсидіях.

Міжнародні інвестиції в туристичну галузь надходять як від міжнародних організацій, так і від приватного сектора. Головним закордонним кредитором

виступає Міжнародний банк реконструкції та розвитку. Хоча пряме фінансування туризму не є його пріоритетом, банк підтримує спільні проєкти, використовуючи механізми експортного кредитування.

Європейський Союз здійснює інвестування в туризм через Європейський фонд регіонального розвитку, зосереджуючи увагу на підтримці менш розвинених регіонів. Пріоритет отримують проєкти, що сприяють розвитку сільського туризму та збереженню історичної і культурної спадщини. Гранти, які пропонує ЄС, надаються на пільгових умовах терміном на 40 років, причому протягом перших 10 років відсоткова ставка становить лише 1 % річних [17].

У країнах Європи багато туристичних об'єктів перебувають у державній власності, а це сприяє розвитку соціального туризму. Завдяки цьому держава має можливість впливати на цінову політику, регулювати податкові умови, надавати знижки на використання комунальних послуг та створювати сприятливі умови для широких верств населення. Це робить туризм доступнішим і підтримує розвиток галузі.

Значною перешкодою для розвитку соціального туризму залишається недостатнє інформування населення про його можливості. Цей вид туризму досить популярний у європейських країнах. Наприклад, у Бельгії інформація про соціальний туризм доступна всім категоріям населення незалежно від їхнього економічного статусу. Люди отримують відомості з брошур, інтернету, засобів масової інформації, а також завдяки рекомендаціям від знайомих та інших джерел. Це сприяє залученню більшої кількості туристів до використання переваг соціального туризму [49].

Значна частина населення досі не обізнана про існування програм, які сприяють підвищенню доступності туризму. В Європі ситуація поступово змінюється завдяки активній рекламі соціальних подорожей і туристичних пакетів на телебаченні, а також розповсюдженню інформації серед співробітників роботодавцями. Це дозволяє збільшити охоплення туристичних програм і зробити їх доступнішими для різних категорій населення.

На основі закордонного досвіду можна виокремити три основні системи

надання послуг соціального туризму [49]:

1. Спеціалізовані місця розміщення – створення та підтримка інфраструктури, орієнтованої на соціально доступний відпочинок.

2. Відпускні чеки – система компенсації витрат на туризм, яка сприяє доступності подорожей для працівників.

3. Благодійні пожертвування – залучення коштів з метою підтримки туристичних програм для соціально вразливих категорій населення.

Ці механізми ефективно працюють у західних країнах і можуть бути адаптовані в інших регіонах для стимулювання соціального туризму [49].

Сучасна система спеціалізованих закладів розміщення є важливою складовою соціального туризму, що забезпечує доступність відпочинку для різних соціальних груп. До таких об'єктів належать туристичні інфраструктури, що перебувають у власності організацій або профспілок, які обслуговують виключно своїх членів, і основною метою таких закладів є не отримання прибутку, а створення сприятливих умов для відпочинку (зокрема сімейного).

У багатьох країнах використовують спеціалізовані місця розміщення разом із відпускними ваучерами. Зазвичай ваучери можна використовувати й у комерційних закладах, що значно розширює вибір для споживачів. Такі ваучери виступають у формі бонусів, звільнених від оподаткування, що робить їх привабливими як для працівників, так і для роботодавців.

Через низьку вартість окрему нішу в системі соціального туризму займають хостели. У європейських країнах хостели працюють відповідно до встановлених стандартів і забезпечують належний рівень комфорту. Вони спочатку орієнтувалися на молодь, але зараз користуються попитом серед населення різного віку.

В Україні хостели тільки починають розвиватися. Проте їх концепція як доступного місця для короткочасного перебування вже привертає увагу туристів, що свідчить про перспективність розвитку цього сектору.

Механізм благодійних організацій спрямований на підтримку людей із особливими потребами або інших вразливих груп. Благодійні організації

забезпечують доступ до туристичних послуг, використовуючи ресурси комерційної інфраструктури туризму. Їх діяльність залежить від державних субсидій і благодійних пожертв. Ця схема дозволяє охопити ті категорії населення, які через відсутність роботи чи низький дохід не можуть скористатися іншими програмами.

У багатьох країнах для підвищення ефективності соціального туризму комбінуються кілька підходів (див. рис. 1.3.2). Наприклад, система відпускних ваучерів часто дає можливість вибору між соціальною та комерційною інфраструктурою, що підвищує гнучкість і доступність.

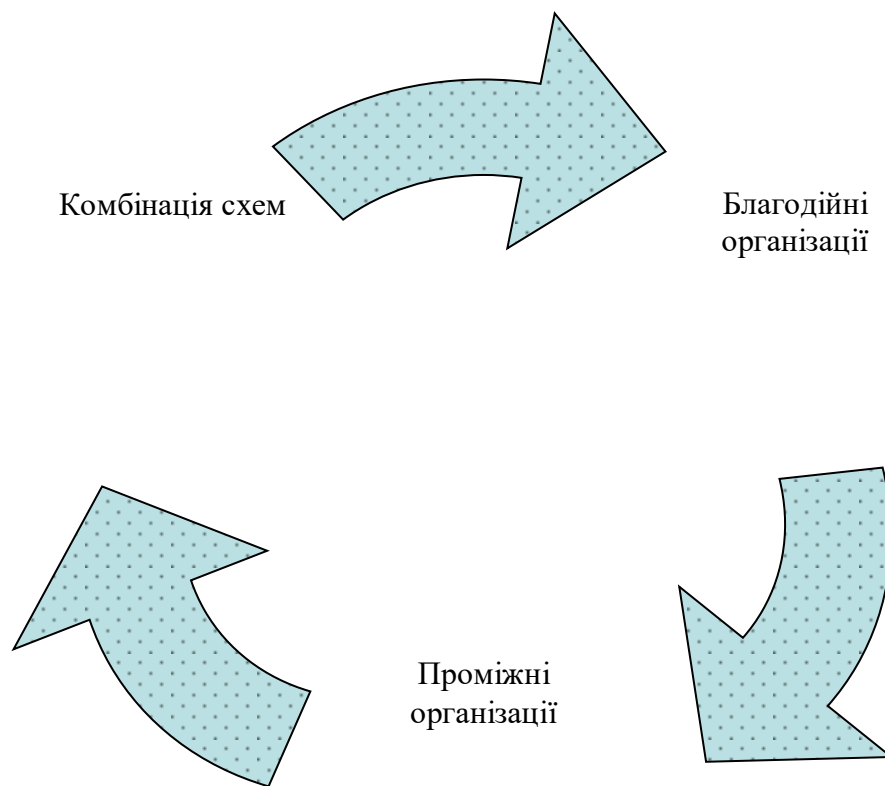


Рис . 1.3.2 Підходи до ефективності соціального туризму, складено авторкою

Проміжні організації (релігійні установи, національні агентства та місцеві спільноти), відіграють важливу роль у наданні послуг соціального туризму. Їх завдання:

- формування попиту – виявлення прихованого чи пасивного попиту на туризм серед населення;
- подолання бар'єрів (забезпечення доступу до інформації, фінансів,

дотацій чи грантів для специфічних цільових груп);

- зв'язок із співпраця з комерційними чи соціальними туристичними операторами для організації доступних поїздок.

Соціальний туризм не лише сприяє інтеграції вразливих верств населення, а й розширює межі туристичного ринку, забезпечуючи його стабільний розвиток. Поєднання різних схем та підтримка держави дозволяє долати фінансові, організаційні та інформаційні бар'єри, створюючи умови для доступного та якісного відпочинку для всіх.

Розглянуті схеми організації соціального туризму охоплюють різні підходи, кожен з яких має свої особливості, але разом вони забезпечують доступність відпочинку для широких верств населення.

Враховуючи обраний Україною курс на інтеграцію до Європейського Союзу, важливим аспектом є впровадження реформ і адаптація успішних європейських практик у сфері туризму. Європейський досвід демонструє, що інвестиції в туристичну інфраструктуру та ефективна туристична політика можуть значно підвищити привабливість країни для туристів і сприяти економічному розвитку. Узагальнюючий закордонний досвід щодо України відображено у табл. Б.1.

Американський ринок туристичних послуг вирізняється високими вимогами до якості обслуговування, зокрема щодо прогулянкових лайнерів, які пропонують широкий спектр сервісів для подорожуючих. Цей сегмент туризму користується популярністю серед різних категорій туристів, включаючи людей з особливими потребами. Щорічно відбувається приблизно 73 млн. подорожей (реєстрація на прогулянкових лайнерах) [30]. Американський досвід демонструє важливість адаптації туристичних продуктів до потреб різних категорій споживачів. Розвиток такого виду туризму може стати потужним драйвером для економіки, якщо поєднати високий рівень сервісу з доступністю для всіх груп населення.

В Австралії активно здійснюються різноманітні дослідження та проекти, спрямовані на підтримку та розвиток інклюзивного туризму. Результати цих

досліджень доступні для всіх зацікавлених. Щорічно мандрівники з обмеженими можливостями витрачають близько 8 мільярдів доларів, що становить 11% загальних витрат у сфері туризму. Приблизно 20% населення країни належать до цієї категорії, і 88% з них активно подорожують. Це підкреслює важливість створення безбар'єрного середовища для забезпечення рівного доступу до подорожей [30].

У Франції функціонує Національне агентство відпускних чеків, грошовий оборот якого минулого року досяг 1,5 млрд. євро. Відпускними чеками скористалися близько 4 млн. громадян, зайнятих у приватному та державному секторах.

Великобританія також приділяє значну увагу доступному туризму: розробляє стратегії його розвитку, впроваджує механізми оцінки доступності та веде статистичний облік. Щороку країна отримує 12 млрд. фунтів доходу від подорожей як іноземних туристів, так і британців з особливими потребами та їхніх супутників [30]. У країні привертає увагу програма «Сімейний відпочинок», спрямована на забезпечення рівного доступу до якісного відпочинку для малозабезпечених і забезпечених сімей.

В Іспанії успішно реалізується Програма соціального туризму, завдяки якій понад 1 мільйон пенсіонерів щороку мають змогу здійснювати організовані групові подорожі в низький сезон. Ця програма отримує фінансову підтримку від уряду. Крім того, в країні діє ініціатива «Туризм для старшого покоління», яка щорічно охоплює понад 400 тисяч осіб.

У Німеччині аналіз ринку, виконаний за дорученням Міністерства економіки та праці, виявив важливі проблеми та перспективи. З понад 4 000 опитаних німецьких осіб з інвалідністю близько 40% зазначили, що їм доводилося відмовлятися від подорожей через численні бар'єри, які виникають ще на етапі планування. Майже половина респондентів заявила, що подорожуватиме більше, якщо туристична інфраструктура стане доступнішою. За прогнозами, оборот у сфері доступного туризму може зрости з 2,5 до 4,8 млрд. євро, що створить близько 90 000 нових робочих місць, за умови

забезпечення реальної доступності туризму для людей з інвалідністю [30].

В Угорщині впроваджено систему відпускних чеків, яка спрямована на покращення демографічної ситуації шляхом забезпечення спеціальних умов для відпочинку майбутніх матерів.

У Чехії реалізується програма «Подорожі без бар'єрів», орієнтована на осіб з інвалідністю.

У Бельгії, відповідно до статті 417 Кодексу, уряд має право виділяти субсидії асоціаціям соціального туризму в межах бюджетних лімітів. Ці кошти спрямовуються на придбання та облаштування земельних ділянок, будівель і споруд, необхідних для діяльності таких асоціацій, а також на реалізацію інформаційних програм і ініціатив для стимулювання соціального туризму. Однією з найбільших асоціацій у цій сфері є «Флореаль Холідейс» (Floreale Holidays), заснована ще в 1939 році. Організація надає широкий вибір варіантів відпочинку для людей із обмеженими фінансовими можливостями, активно сприяючи У червні 2000 року Міжпарламентський комітет Республіки Казахстан, Киргизької Республіки та Республіки Таджикистан прийняв постанову «Про модельний закон "Про соціальний туризм"», яку рекомендував для інтеграції в національні законодавства зазначених країн. Закон закладає правові, організаційні та економічні основи соціального туризму, визначаючи його як форму подорожей, екскурсій та інших туристичних заходів, спрямованих на лікування, відпочинок і реалізацію конституційних прав соціально незахищених громадян.

Документ акцентує увагу на правах громадян на відпочинок, свободу пересування, зміцнення здоров'я, доступ до культурної та природної спадщини, сприятливе навколишнє середовище, а також користування закладами культури та соціальний захист. У законі визначено ключові поняття: соціальний туризм, соціальний туристичний продукт, соціальний тур, базовий стандарт соціального туру, додаткові платні послуги, соціальний турист, туроператор і турагент [65].

Щодо України, то у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [69] дещо охоплювали можливість запровадження соціальних начал у

туристичній галузі.

Державна політика України в галузі розвитку соціального туризму повинна будуватися на основі таких принципів:

- цільова підтримка соціального туризму з боку органів державної влади та місцевого самоврядування;
- правове регулювання відносин між учасниками соціального туризму, зокрема державою, турфірмами, туроператорами, туристами та турагентами;
- підтримка виробників національного туристичного продукту;
- створення сприятливих умов для розвитку соціального туризму серед різних категорій і груп населення, а також популяризація цього напрямку;
- врахування інтересів усіх громадян при розробці та впровадженні програм розвитку соціального туризму.

В Україні Соціальний туризм як складова соціально-культурної та гуманітарної політики потребує не лише законодавчого визнання, але й активного сприяння та підтримки з боку держави для організації та сталого розвитку. Цей напрямок може стати дієвим інструментом для оздоровлення нації та перспективним підсектором економіки за умови ефективної співпраці державного і приватного секторів.

Для стимулювання розвитку соціального туризму в Україні необхідно передбачити наступні заходи [32]:

- скасування ліцензійного збору при ліцензуванні діяльності у сфері соціального туризму;
- впровадження пільгової шкали оподаткування для послуг, що надаються закладами соціального туризму, зокрема в оздоровленні, туристично-екскурсійному обслуговуванні, виготовленні та прокаті туристичного спорядження, а також податків на майно цих закладів і утримання об'єктів соціально-культурної сфери;
- звільнення від оподаткування земель, зайнятих об'єктами соціального туризму;
- перетворення податку на додану вартість на туристичний продукт

соціального характеру в соціальну туристичну ренту, яка не підлягає оподаткуванню та повністю спрямовується на розвиток соціального туризму (зокрема для дитячо-юнацького туризму, туризму людей похилого віку та осіб з інвалідністю);

- проведення безкоштовної цільової сертифікації;
- звільнення освітніх закладів, що готують фахівців у сфері соціального туризму, від податку на майно, податку на утримання житлового фонду та об'єктів соціально-культурної сфери;
- звільнення від оподаткування добровільних внесків юридичних і фізичних осіб, зокрема іноземних, на підтримку соціального туризму;
- забезпечення пільгового проїзду для організованих дитячо-юнацьких і студентських туристичних груп протягом усього року.

Ці заходи сприятимуть популяризації соціального туризму та створять сприятливі умови для його сталого розвитку.

Отже, соціальний туризм є специфічним напрямом організації відпочинку і оздоровлення різних верств населення, що спрямований на відновлення людських ресурсів та забезпечення задоволення як загальних, так і індивідуальних потреб туристів. Зарубіжний досвід демонструє, що необхідною умовою розвитку цього виду туризму є державна підтримка, чітко сформована стратегія та система фінансування.

Вважається, що Україна володіє значним потенціалом у сфері туризму, що дозволяє впровадити соціальний туризм. Для цього варто запровадити фінансову підтримку та звільнити від зборів турфірми, що намагаються впровадити цей вид туризму. Крім того, слід передбачити податкові пільги, безкоштовну сертифікацію та систему оплати (у вигляді чеків) для підприємств і організацій, що займаються соціальним туризмом.

У другому розділі буде розкрито сучасний стан та перспективи розвитку соціального туризму в Україні.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Оцінка сучасного стану розвитку соціального туризму в Україні

У сучасному суспільстві туризм відіграє важливу соціальну роль, сприяючи формуванню суспільної свідомості, зміні способу життя населення, включаючи дітей та молодь. Він перестає бути лише джерелом прибутку, стаючи масовим соціальним явищем, яке виконує різноманітні соціально-культурні функції. Туризм охоплює подорожі, відпочинок із лікувально-оздоровчою та реабілітаційною метою, що робить його важливим елементом соціальної сфери [71].

Щороку потік туристів зростає, а спектр цільових груп стає дедалі ширшим. Це створює зростаючу потребу в розробленні та розвитку туристичних послуг, які відповідають потребам усіх категорій населення. Таким чином, підвищується попит на відпочинок у рамках інклюзивного туризму, доступного для всіх.

Під час розгляду питань щодо інвалідності Конвенція ООН виходить із принципів не медичної, а соціально орієнтованої моделі (рис. 2.1.1).

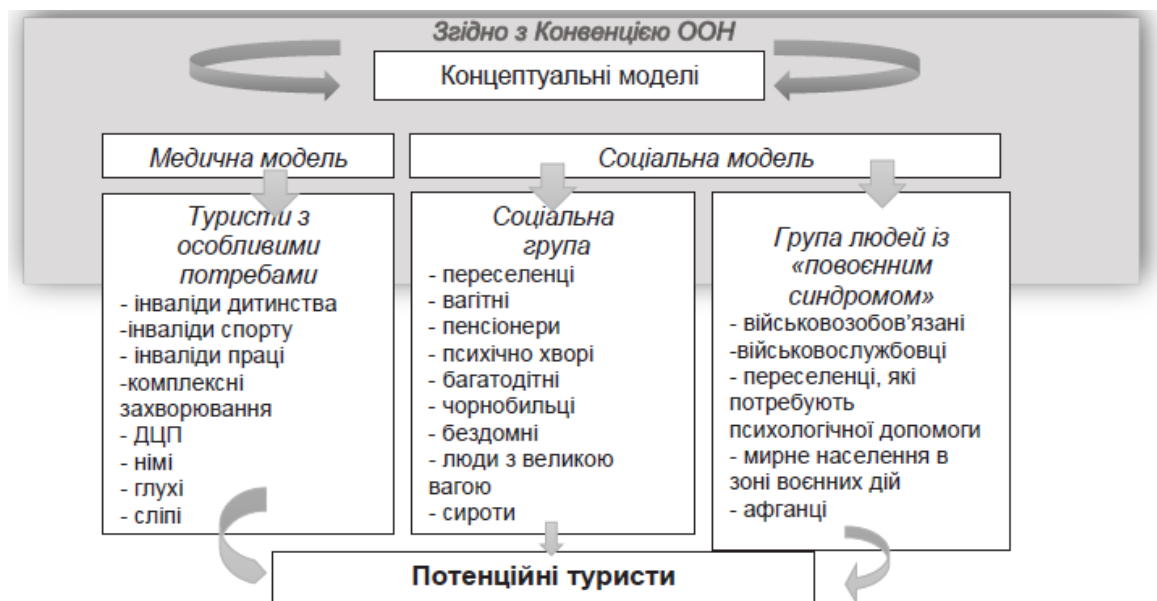


Рис. 2.1.1 Класифікація груп соціального туризму в Україні, за [71]

У світовій економіці туризм, за експертною оцінкою, займає 1-е місце за створенням первинних місць прикладання праці для молоді [51].

Це особливо стосується таких сфер, як транспорт, послуги, готелі й ресторани, торгівля, будівництво, виробництво товарів широкого вжитку та багато інших.

Ще однією важливою особливістю міжнародного туризму є тенденція до зміни вікових характеристик туристів. Якщо раніше в масовому туризмі переважали люди віком від 30 до 50 років, то сьогодні, особливо в розвинених країнах, спостерігається зростання частки мандрівників старшого віку – понад 60 і навіть 70 років. Водночас за останні роки також збільшилася кількість туристів у віковій групі 16-18 років [51].

Туризм є однією з найприбутковіших галузей економіки в багатьох країнах світу. Це підтверджують вражаючі показники доходів від туризму: наприклад, в Іспанії щорічний прибуток від цієї галузі становить 17 мільярдів доларів США, що складає 30% від загального експорту країни. В Італії цей показник дорівнює 11%, а в Данії та Австрії – по 8%.

У довоєнні роки туристична галузь України розвивалась доволі динамічно, орієнтуючись на світові тенденції, проте цей процес відбувається в умовах активних змін у самому українському суспільстві. Туризм і нині має потенціал стати одним із ключових секторів економіки країни, зробивши вагомий внесок у соціально-економічний розвиток, а також сприяючи зміцненню фізичного та духовного здоров'я населення.

Україна володіє багатою культурною спадщиною, природним різноманіттям і великою кількістю санаторно-курортних об'єктів. Державна політика у сфері туризму повинна бути спрямована на розвиток інновацій, створення сприятливих умов для діяльності суб'єктів господарювання в цьому секторі. Її метою є задоволення потреб як українців, так і іноземних туристів у високоякісних туристичних послугах.

Хоч економічні результати туристичної галузі України ще суттєво відрізняються від міжнародних, слід зазначити, що в окремих регіонах країни

туризм є достатньо розвиненим і функціонує як важлива економічна галузь [69].

Сьогодні у світі завдяки системі соціального туризму подорожують мільйони людей. Подорожі та нові враження стали невід'ємною частиною сучасної якості життя. Проте для багатьох людей доступ до традиційного туризму залишається ускладненим, особливо для малозабезпечених або немобільних верств населення. Саме для таких груп і створено соціальний туризм.

Нині спостерігається підвищений попит на цей вид послуг. Розширення доступу до інформації в останні роки сприяло формуванню у представників різних категорій населення сталого бажання подорожувати.

У сучасній Україні соціальний туризм недостатньо розвинений. Державне фінансування обмежується мізерною кількістю пільгових путівок, які надаються переважно ветеранам. Деякі пільги також доступні для студентів та школярів, а обмін відпочивальниками із зарубіжними країнами сприяє частковому розвитку цього напрямку. Крім того, соціальний туризм реалізується через спеціальні знижки, які комерційні туроператори надають окремим групам населення.

Об'єктами соціального туризму є інваліди, пенсіонери, молодь, школярі, ветерани війни та праці. Їх подорожі можуть фінансуватися за рахунок благодійних організацій, держави, приватного бізнесу або громадських фондів.

Ця система є вигідною як для туристичних фірм, які можуть реалізувати невикористані путівки зі знижками, так і для певних категорій населення. Крім того, прибутки від туризму часто стають важливим, а подекуди єдиним джерелом доходу для місцевих жителів.

На рис. 2.1.2 відображено основні принципи соціального туризму ґрунтуються на таких положеннях [57].

Для успішного виходу туристичної галузі України на міжнародний ринок та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного бізнесу необхідна істотна державна підтримка.

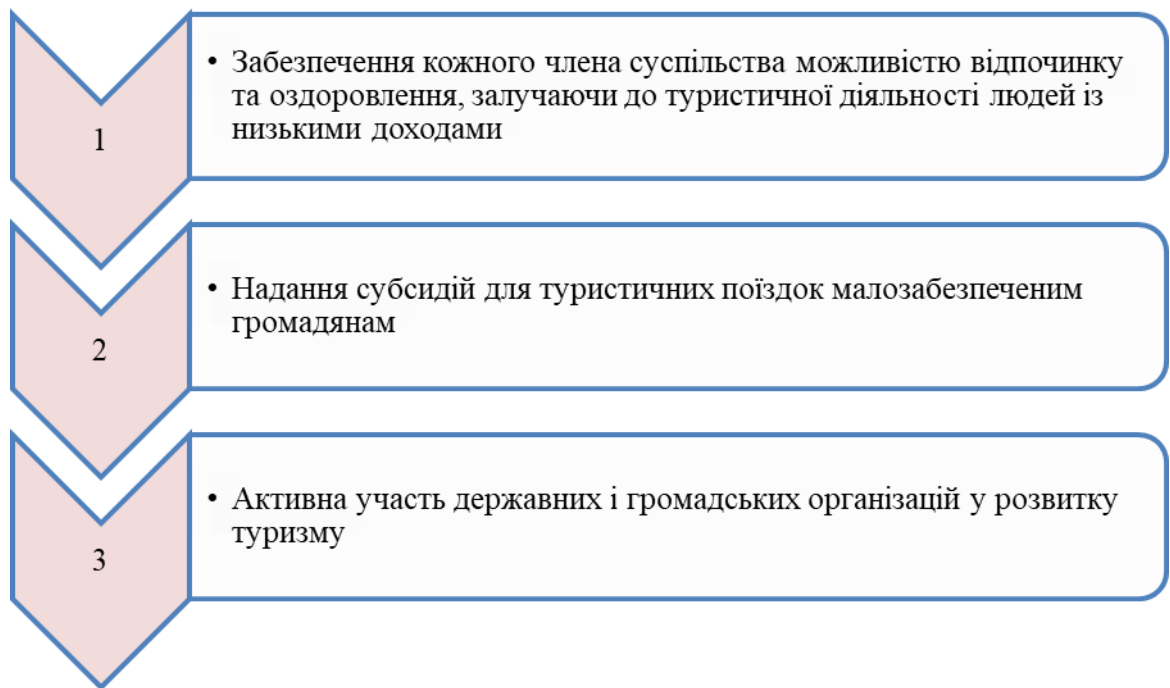


Рис. 2.1.2 Сучасні принципи соціального туризму в Україні, складено авторкою

Соціальний туризм є важливим показником стану соціальної сфери країни. Цей напрям сприяє:

- зменшенню рівня безробіття;
- покращенню демографічної ситуації;
- боротьбі з безпритульністю;
- розвитку системи освіти;
- вирішенню проблеми зайнятості населення.

Проте в чинному Законі України «Про туризм» поняття соціального туризму взагалі не згадується. Хоч формально він визначений пріоритетним напрямком державного регулювання туристичної діяльності, на практиці в Україні ще не існує ні стратегічного документа, що регламентує розвиток соціального туризму, ні дієвого механізму надання пільгових туристичних послуг для пенсіонерів, інвалідів і дітей.

Незважаючи на відсутність нормативного визначення соціального туризму, держава не повинна усуватися від відповідальності за створення економічно вигідних умов для функціонування туроператорів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Забезпечення доступного туристичного відпочинку для всіх категорій

населення, зокрема багатодітних сімей, молоді, літніх осіб та інвалідів, потребує розробки і впровадження конкретних заходів, серед яких [60]:

- визначення соціальної туристичної політики держави для чіткого регулювання напрямків розвитку галузі;
- прийняття законодавчих і нормативних актів, які створюють правову основу для розвитку соціального туризму;
- створення соціальної інфраструктури, що забезпечує доступність туристичних послуг для всіх верств населення;
- розробка механізмів підтримки малозабезпечених груп населення, включаючи фінансові субсидії або пільги;
- підготовка фахівців у сфері соціального туризму, які зможуть організовувати і надавати якісні послуги;
- інформаційна робота, спрямована на популяризацію соціального туризму та залучення громадян до участі в програмах.

Впровадження цих заходів дозволить створити умови для повноцінного доступу до туризму різним групам населення, сприятиме їхньому відпочинку, оздоровленню та соціальній інтеграції [60].

Якщо в розвитку міжнародного туризму спостерігається покращення якості туристичних послуг, то соціальний туризм зіштовхується з низкою серйозних викликів, серед яких [77]:

- залучення інвестицій, зокрема, ускладнюється через відсутність необхідної документації, яка б підтверджувала інвестиційну привабливість та ризики для туристичних об'єктів;
- матеріальна база соціального туризму потребує значного оновлення або адаптації до сучасних стандартів;
- недосконале законодавство і нормативна база у сфері соціального туризму;
- інформаційні та психологічні труднощі для клієнтів соціального туризму;
- низька якість послуг, невідповідність сучасним очікуванням і

стандартам;

- одноманітність форм матеріальної підтримки клієнтів.

Одним із рішень могло б стати впровадження відпускних чеків, як це практикується у Франції та Швейцарії. Ця система дозволяє забезпечити цільове використання коштів, знизити податкове навантаження, покращити механізми знижок у сфері туристичного обслуговування.

Такі заходи сприятимуть модернізації соціального туризму та його більшій доступності для соціально незахищених груп населення [77].

Одним із важливих сегментів соціального туризму є туризм для осіб з інвалідністю. Це одна з найбільших і водночас недостатньо освоєних ніш на українському туристичному ринку. Завдяки широкому доступу до інформації через засоби масової комунікації, Інтернет і рекламу, у людей з фізичними та сенсорними порушеннями сформувався стійкий попит на подорожі за доступними цінами.

Для задоволення цього попиту суб'єктам української туристичної індустрії варто приділити більше уваги туристам з інвалідністю, зокрема:

- спеціально обладнати номери в готелях з урахуванням потреб людей з обмеженими можливостями.
- підготувати персонал, який володіє необхідними навичками для роботи з цією категорією туристів.
- організувати послуги супроводу, які включають допомогу під час подорожей.
- забезпечити умови для безбар'єрного пересування, включаючи встановлення пандусів, ліфтів, ескалаторів та обладнання санітарних кімнат.
- придбати спеціалізований транспорт, адаптований для людей з інвалідністю.

Ці заходи сприятимуть створенню комфортних умов для подорожей та відпочинку осіб з інвалідністю, одночасно розширюючи можливості туристичного ринку України.

Наприклад, у рамках реалізації проекту «Туристичний маршрут містечка

Докучаєвське» було запропоновано створити «Сенсорний сад» на території дендрологічного парку Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Це ініціатива, спрямована на адаптацію людей з обмеженими можливостями до навколишнього середовища, подолання комунікативних бар'єрів, пов'язаних із дефіцитом спілкування та взаємодії з природою. Сенсорний сад створює можливості для розширення кола спілкування та дозволяє більш повноцінно взаємодіяти з природою.

Прекрасні ландшафти містечка Докучаєвське надихають і очищують душу. Водночас важливою є підтримка природної гармонії та збереження довкілля. Дендрологічний парк ХНАУ ім. В.В. Докучаєва займає особливе місце серед державних заповідних територій, де проводяться екскурсії для соціально незахищених груп населення. Це сприяє не лише екологічному вихованню, а й забезпеченню доступного туризму для всіх верств населення.

Державна політика у сфері оздоровлення, відпочинку та зайнятості підростаючого покоління відіграє особливу роль у туризмі, особливо соціальному. У сучасних умовах соціальних змін і трансформації моральних цінностей, що впливають як на суспільство в цілому, так і на окремі його групи, діти та підлітки залишаються однією з найбільш уразливих категорій населення. Їхня здатність адаптуватися до швидкоплинних змін у суспільстві є обмеженою, що зумовлює потребу в додатковій підтримці.

На сьогодні дитячий туризм є одним із найпотужніших сегментів соціального туризму в Україні. Це пояснюється тим, що саме в Україні дитячий туризм має соціальний статус, що передбачає повне або часткове фінансування таких програм за рахунок державного бюджету (табл. 2.1.1). Такий підхід дозволяє забезпечити доступність відпочинку та оздоровлення для дітей різних соціальних категорій, сприяючи їхньому фізичному та емоційному розвитку.

Отже, державна підтримка соціального туризму через реалізацію різноманітних соціальних програм є не лише можливою, але й вкрай необхідною. Значна частина населення України не може самостійно скористатися правом на відпочинок, і лише за умови соціальної підтримки дві

третини громадян можуть реалізувати це право. Інвестиції у соціальний туризм принесуть додаткові вигоди у вигляді підвищення заповнюваності санаторіїв, будинків відпочинку, пансіонатів, а також збільшення використання транспортної інфраструктури.

Таблиця 2.1.1

Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку, за [72]

	Оздоровлено дітей, осіб							
	усього				у відсотках до загальної кількості дітей			
	2010	2015	2018	2019	2010	2015	2018	2019
Усього	1 567 492	917 193	921 262	906 562	100,0	100,0	100,0	100,0
з них заклади оздоровлення	297 821	172 212	171 872	166 731	19,0	18,8	18,7	18,4
у тому числі								
позаміські	256 844	137 592	140 889	135 990	16,4	15,0	15,4	15,0
санаторного типу	30 885	27 441	18 326	20 714	2,0	3,0	1,9	2,3
дитячі центри	10 092	7 179	12 657	10 027	0,6	0,8	1,4	1,1
з них заклади відпочинку	1 269 671	744 981	749 390	739 831	81,0	81,2	81,3	81,6
у тому числі								
праці і відпочинку	32 247	16 614	12 154	11 478	2,1	1,8	1,4	1,2
з денним перебуванням	1 151 340	642 442	639 466	615 177	73,4	70,0	69,4	67,9
позаміські	55 321	71 188	86 760	103 005	3,5	7,8	9,4	11,4
наметові містечка	30 763	14 737	11 010	10 171	2,0	1,6	1,1	1,1

Розвиток соціального туризму є ключовою умовою для сталого розвитку як туристичної галузі, так і економіки країни загалом. Ба більше, соціальний туризм має отримувати транскордонний і транснаціональний характер, сприяючи інтеграції та взаємодії між державами.

Соціальний туризм є своєрідним індикатором рівня розвитку суспільства. Він відіграє роль "дизайнера суспільства", сприяючи вдосконаленню людських взаємин і формуючи людину як соціальну істоту. Це не лише вид туризму, а й важливий інструмент соціальної гармонізації та розвитку.

Таким чином, необхідно констатувати, що соціальний туризм на початковому етапі розвитку, характеризується такими умовами [30]:

- в Україні немає належної економічної бази для розвитку інфраструктури інклюзивного туризму, і він не є привабливим з економічної та інвестиційної точки зору через низький рівень життя населення та судово-правову незахищеність інвестицій;
- бюджетне фінансування розвитку інфраструктури є недостатнім і неефективним, значною мірою через високий рівень корупції;
- реалізація грантових проектів за підтримки міжнародних донорів можлива лише за умови досягнення реальних успіхів у боротьбі з корупцією.

Далі будемо аналізувати проблеми розвитку соціального туризму в Україні.

2.2. Проблеми розвитку соціального туризму в Україні

Туризм сьогодні є одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку держави, регіонів та міст. Туристична галузь генерує близько 11% світового валового продукту, а внесок туристичної індустрії складає 4,2%.

Аналіз ситуації в Україні свідчить про поступовий розвиток туристичного господарства, хоча цей процес не відзначається стабільним зростанням. Зокрема, кількість іноземних туристів змінювалася за роками: у 1997 році країну відвідало 337 тисяч туристів, у 2008 році – 591 тисяча, а в 2012 році цей показник знизився до 436 тисяч осіб. Подібна динаміка спостерігається і у внутрішньому туризмі (зміни за останній період див. у табл. 2.2.1).

Україна має всі необхідні передумови для розвитку туризму, зокрема історичні, географічні, природні, економічні та соціально-демографічні ресурси. Однак нестабільність розвитку туристичної галузі пояснюється

низкою проблем, які уповільнюють її прогрес і заважають повноцінному використанню наявного потенціалу.

Таблиця 2.2.1

Туристичні потоки в Україні, за [73]

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Виїзд громадян України за кордон	Сальдо
2009	20798342	15333949	5464393
2010	21203327	17180034	4023293
2011	21415296	19773143	1642153
2012	23012823	21432836	1579987
2013	24671227	23761287	909940
2014	12711507	22437671	-9726164
2015	12428286	23141646	-10713360
2016	13333096	24668233	-11335137
2017	14229642	26437413	-12207771
2018	14342290	27976681	-13634391
2019	13709562	29345897	-15636335
2020	3382097	11251406	-7869309
2021	4271991	14726250	-10454259
2022	2307156	15538488	-13231332

Основними проблемами, що стримують розвиток туризму в Україні, є:

1. Недостатня популяризація внутрішнього туризму. Засоби масової інформації активно рекламують міжнародний туризм, тоді як внутрішній туризм, за винятком відомих зон, залишається практично поза увагою.

2. Брак коштів для реконструкції пам'яток історії та архітектури. Багато населених пунктів України, таких як Хотин, Межиріччя, Ізяслав, мають значні архітектурні спадщини XVII–XVIII ст., які потребують значних капіталовкладень для відновлення. При цьому залучення інвестицій у цю сферу ускладнюється через неврегульовану нормативно-законодавчу базу.

3. Недорозвинена туристична інфраструктура. В Україні практично відсутні безкоштовні буклети-путівники історико-культурними пам'ятками міст, що є стандартом у багатьох країнах. У багатьох населених пунктах немає навіть друкованих путівників, що пояснюється обмеженим розумінням туризму та недостатньою обізнаністю населення про доступні туристичні послуги.

4. Обмежена різноманітність туристичних послуг. Лише міста-мільйонники, історичні центри та зони рекреації (Карпати) можуть

запропонувати широкий спектр туристичних послуг. Більшість міст України мають потенціал для розвитку промислового, оздоровчого, культурного й інших видів туризму, але для цього потрібні значні інвестиції у створення бізнес-центрів і рекреаційних зон, що поєднуюватимуть пасивний і активний відпочинок.

Таким чином, для ефективного розвитку туризму необхідно спрямувати зусилля на популяризацію внутрішнього туризму, вдосконалення законодавчої бази, створення сучасної інфраструктури та залучення інвестицій у відновлення історико-культурної спадщини й розширення спектру туристичних послуг.

Туристична галузь України має значний потенціал, але його використання обмежене через низку системних проблем, які уповільнюють її розвиток.

Незважаючи на багаті природні, історико-культурні та трудові ресурси, Україна реалізує лише третину свого туристичного потенціалу. За рейтингами Світового економічного форуму у сфері подорожей і туризму, наша держава займає 78-ме місце серед 124 країн світу, що свідчить про недостатній рівень конкурентоспроможності.

Одним із головних гальмівних факторів у розвитку туризму є відсутність уваги та підтримки з боку політиків і органів громадської влади. Відсутність належного планування та визначеності доходів від туризму перешкоджає його розвитку. Лише за умови підвищення зацікавленості на законодавчому рівні, створення стратегічного підходу та координації зусиль для піднесення статусу туристичної індустрії на новий рівень можна очікувати значних результатів.

На сучасному туристичному ринку України існують такі проблеми: несприятливий візовий режим, який обмежує в'їзний туризм; прогалини в регіональному регулюванні туризму; недостатня інформаційно-рекламна діяльність щодо популяризації України за кордоном; податковий тиск, який стримує інвестиції в туристичну сферу; низький рівень кваліфікації персоналу, зайнятого у сфері туризму; деградація природних ресурсів, зокрема руйнування пляжів і берегових споруд, а також знищення зелених насаджень у парках і

заповідниках.

Розв'язання зазначених проблем передбачає створення сприятливих умов для інвесторів, реформу візового режиму, впровадження ефективного планування і контролю на регіональному рівні, підвищення кваліфікації кадрів, а також розробку екологічно орієнтованих заходів для збереження природних ресурсів. Важливим є й посилення інформаційної політики щодо просування України як привабливої туристичної дестинації на міжнародній арені.

Подолання перешкод у туристичній сфері є важливим не лише для економічного, а й для соціального розвитку країни. Туристична індустрія може стати провідним сектором економіки, здатним створити нові робочі місця, збільшити надходження до бюджету, а також покращити міжнародний імідж України.

Розвиток туризму в Україні відкриває широкі можливості для пошуку нових рішень і активних дій, що здатні вивести туристичну галузь на новий рівень. Це не лише сприятиме зміцненню економіки, а й зробить Україну привабливішою для внутрішніх і міжнародних туристів.

Український туристичний продукт повинен відповідати світовим стандартам, враховуючи унікальні природні та культурно-історичні ресурси, розмаїття пропозицій для різних видів туризму, таких як культурний, екологічний, активний, медичний тощо, а також високий рівень сервісу, що задовольняє потреби внутрішніх і міжнародних туристів.

Туризм здатний створювати нові робочі місця, залучати інвестиції, розвивати інфраструктуру, зокрема транспортну, готельну та рекреаційну, а також генерувати доходи для місцевих громад і сприяти їх соціальному розвитку. Екологічна стійкість і дбайливе ставлення до історико-культурних пам'яток мають бути пріоритетом, що передбачає розробку політик щодо сталого туризму, захист і популяризацію національної спадщини, а також залучення громад до охорони та розвитку туристичних об'єктів.

Для успішного розвитку галузі важливо створювати конкурентні умови для виходу українського туристичного продукту на світову арену, брати участь

у міжнародних туристичних виставках і форумах, створювати бренд України як привабливої туристичної дестинації, розширювати співпрацю з міжнародними туристичними організаціями. У цьому контексті потрібні комплексні державні програми розвитку туризму, чітка нормативно-правова база, сприяння залученню інвестицій, а також підтримка малого й середнього бізнесу, що працює у сфері туризму.

Туристична індустрія України має стратегічний потенціал для забезпечення сталого економічного зростання й соціального добробуту. Розумна політика, інтеграція сучасних технологій і орієнтація на світові стандарти можуть зробити Україну привабливою туристичною країною з висококонкурентним продуктом на міжнародному ринку.

Для покращання ситуації у туристичній галузі було розроблено та прийнято Закон України «Про туризм», Указ Президента України «Про основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року», Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Постанову Верховної Ради України «Про внесення змін до Закону України “Про туризм”» (від 18.11.2003 р.) та інші. Ці нормативні документи окреслили ключові напрями та перспективи розвитку туристичної сфери України.

Україна має унікальні передумови для інтенсивного розвитку туристичної галузі. Особливе географічне положення, різноманітний рельєф, сприятливий клімат, багатий природний потенціал, а також історико-культурні та рекреаційні ресурси створюють основу для формування привабливих туристичних маршрутів. До основних об'єктивних переваг можна віднести:

1. Географічне положення – розташування між Європою та Азією дозволяє Україні стати важливим центром міжнародного туризму.
2. Природні ресурси забезпечують широкий вибір для еко-, активного й рекреаційного туризму.
3. Рекреаційний потенціал (мінеральні води, лікувальні грязі та інші) створюють можливості для розвитку оздоровчого й медичного туризму.
4. Стародавні міста, архітектурні пам'ятки, етнографічні особливості та

фестивалі є важливим чинником для культурно-пізнавального туризму.

Проте розвиток туристичної сфери в Україні гальмується через низку проблем, таких як недостатня інфраструктура, брак інвестицій, слабка нормативно-законодавча база, низька якість послуг та обмеженість реклами внутрішнього туризму.

Враховуючи багатий потенціал, туризм може стати одним із провідних секторів економіки України, сприяючи зростанню рівня життя населення й підвищенню міжнародного іміджу країни.

Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні тісно пов'язані з її багатим ресурсним потенціалом і роллю туризму як інтегратора багатьох галузей економіки. Туризм має значний вплив на соціально-економічний розвиток і може стати каталізатором позитивних змін у країні.

У табл. 2.2.2 окреслено головні методи вирішення ключових проблем на туристичному ринку України [56].

Таблиця 2.2.2

Методи вирішення проблем на туристичному ринку України, за [56]

1. Сприяння зовнішньому попиту на туристичні послуги України через інвестування у матеріально-технічну базу туристичної інфраструктури. Це дозволить створити сучасні умови для обслуговування туристів та забезпечити конкурентоспроможність на міжнародному ринку.
2. Створення найбільш оптимальної системи використання природно-туристичних ресурсів країни.
3. Держава має сприяти покращенню соціально-економічної ситуації для створення комфортних умов як для внутрішніх, так і для зовнішніх інвесторів. Це включає податкові пільги, зниження адміністративних бар'єрів та забезпечення захисту прав інвесторів.
4. Стандартизація та сертифікація готельних послуг також є ключовим кроком. Запровадження єдиних стандартів якості обслуговування дозволить забезпечити високий рівень сервісу для туристів і підвищить довіру до туристичної галузі.
5. Посилення державної підтримки інвестиційної діяльності є ще одним важливим напрямком.
6. Активна презентаційна та рекламна позиція України за кордоном

Комплексне застосування цих методів дозволить не лише вирішити основні проблеми туристичної галузі, а й створити умови для її стабільного розвитку та зростання [56].

Україна володіє значним потенціалом, який дозволяє їй стати туристичною державою світового рівня. Однак для досягнення цієї мети

необхідно визнати туризм одним із пріоритетних напрямів економічного розвитку країни. Це сприятиме зростанню економіки, створенню нових робочих місць, зміцненню міжнародних зв'язків та вдосконаленню соціальної інфраструктури в регіонах.

Впровадження стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі активізує її діяльність, посилить інтеграцію з іншими ключовими секторами соціального, економічного та культурного розвитку регіонів і країни в цілому. Це, своєю чергою, підвищить статус України на світовому туристичному ринку, сприятиме економічній стабільності, наповненню бюджету, створенню розвиненої туристичної інфраструктури, підвищенню рівня життя населення, збереженню культурно-історичної спадщини та розвитку духовного потенціалу суспільства.

Розвиток туризму має стати стратегічним завданням, яке дозволить Україні зайняти гідне місце серед провідних туристичних країн світу, задовольняючи внутрішні потреби та привертаючи увагу міжнародних туристів.

Для забезпечення підтримки та розвитку соціального туризму, а також підвищення його доступності для соціально незахищених верств населення, держава має законодавчо закріпити низку пільг для підприємств, установ і громадян, які займаються розвитком цього напрямку. Зокрема, пропонуються такі заходи [10]:

- скасування ліцензійного збору при ліцензуванні діяльності у сфері соціального туризму;
- запровадження пільгової шкали оподаткування для закладів, що надають послуги з оздоровлення, туристсько-екскурсійного обслуговування, виготовлення та прокату туристичного спорядження, а також для податків на майно й утримання об'єктів соціально-культурної сфери;
- звільнення від оподаткування земель, зайнятих об'єктами соціального туризму;
- перетворення податку на додану вартість із соціальних туристичних

послуг (дитячо-юнацький туризм, туризм для літніх людей та осіб з інвалідністю) на соціальну туристичну ренту, яка не оподатковується;

- безкоштовна цільова сертифікація об'єктів і послуг соціального туризму;
- звільнення освітніх закладів, що готують спеціалістів для соціального туризму, від сплати податків на майно, утримання житлового фонду та об'єктів соціально-культурної сфери;
- звільнення від оподаткування добровільних внесків фізичних та юридичних осіб, зокрема іноземних, на підтримку соціального туризму;
- надання пільгових умов проїзду для організованих груп дітей, юнацтва та студентів протягом усього року.

Ці заходи спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку соціального туризму, підвищення його доступності та залучення ширших верств населення до туристичних програм.

Фінансування та матеріальна підтримка соціального туризму можуть здійснюватися не лише за рахунок бюджетних коштів, але й завдяки залученню інших джерел. Серед них: доходи від туристичної та іншої діяльності закладів соціального туризму, платежі у формі соціальної туристської ренти, а також добровільні внески фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних, спрямовані на розвиток соціального туризму.

Соціальна туристська рента може формуватися за рахунок перетворення податку на додану вартість, що стосується туристичних послуг, у джерело самофінансування соціального туризму. Це джерело не підлягатиме оподаткуванню, що сприятиме розвитку галузі. Рентні відрахування можуть розподілятися між закладами соціального туризму, органами місцевого та обласного самоврядування, а також загальнодержавним органом управління соціальним туризмом, створення якого є необхідним.

Для впровадження цього механізму необхідно прийняти Закон України «Про соціальну туристську ренту», що стане важливим кроком у розвитку соціального туризму, забезпечивши належне фінансування та підтримку цієї

галузі.

Впровадження механізму туристської ренти, що є формою реалізації права власності на туристичні ресурси, забезпечить додаткове джерело фінансування для розвитку соціального туризму. Чіткий розподіл прав власності між органами влади та закладами соціального туризму дозволить конкретизувати соціальну спрямованість туристської ренти.

Зважаючи на важливість забезпечення змістовного відпочинку та якісного оздоровлення для соціально вразливих верств населення, заклади соціального туризму повинні першочергово вирішувати ці завдання у співпраці з органами місцевого самоврядування. Система соціального туризму здатна забезпечити створення туристичного продукту, який відповідатиме потребам учнівської та студентської молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та ін.

2.3. Основні напрями вдосконалення розвитку соціального туризму в Україні

Соціальний туризм має потенціал стати одним із ключових напрямів відродження туристичної галузі в майбутньому. Це особливо актуально з огляду на зростання кількості категорій населення, які потребують і заслуговують на державну підтримку, зокрема військовослужбовців та їхніх родин, внутрішньо переміщених осіб і соціально незахищених верств населення.

На жаль, через обмеженість фінансових ресурсів для підтримки численних секторів національної економіки, соціальний туризм нині не отримує належної державної уваги. У таких умовах особливої актуальності набуває пошук нових можливостей для розвитку соціального туризму в Україні, зокрема в умовах війни.

У сучасних умовах війни в Україні спостерігається значний суспільний

запит на соціальний туризм. Цю тенденцію варто розглядати як важливу передумову для його подальшого розвитку. При цьому необхідно розширити контингент учасників соціального туризму, включивши нові категорії, такі як внутрішньо переміщені особи та військовослужбовці разом із їхніми родинами.

Низька ефективність впровадження проєктів соціального туризму в умовах воєнного стану вимагає пошуку нових можливостей і рішень. Це включає розробку нових проєктів, формування солідарної відповідальності між державою, роботодавцями, інвесторами та суспільством у забезпеченні права громадян на доступ до послуг соціального туризму.

За таких умов особливо важливим є створення нових підходів до реалізації соціальної політики, перегляд пріоритетів її спрямування. Соціальний туризм може стати унікальним інструментом розв'язання соціальних проблем, сприяти соціальній інтеграції різних верств населення, а також виступити потужним чинником економічного зростання та розвитку туристичної галузі в Україні.

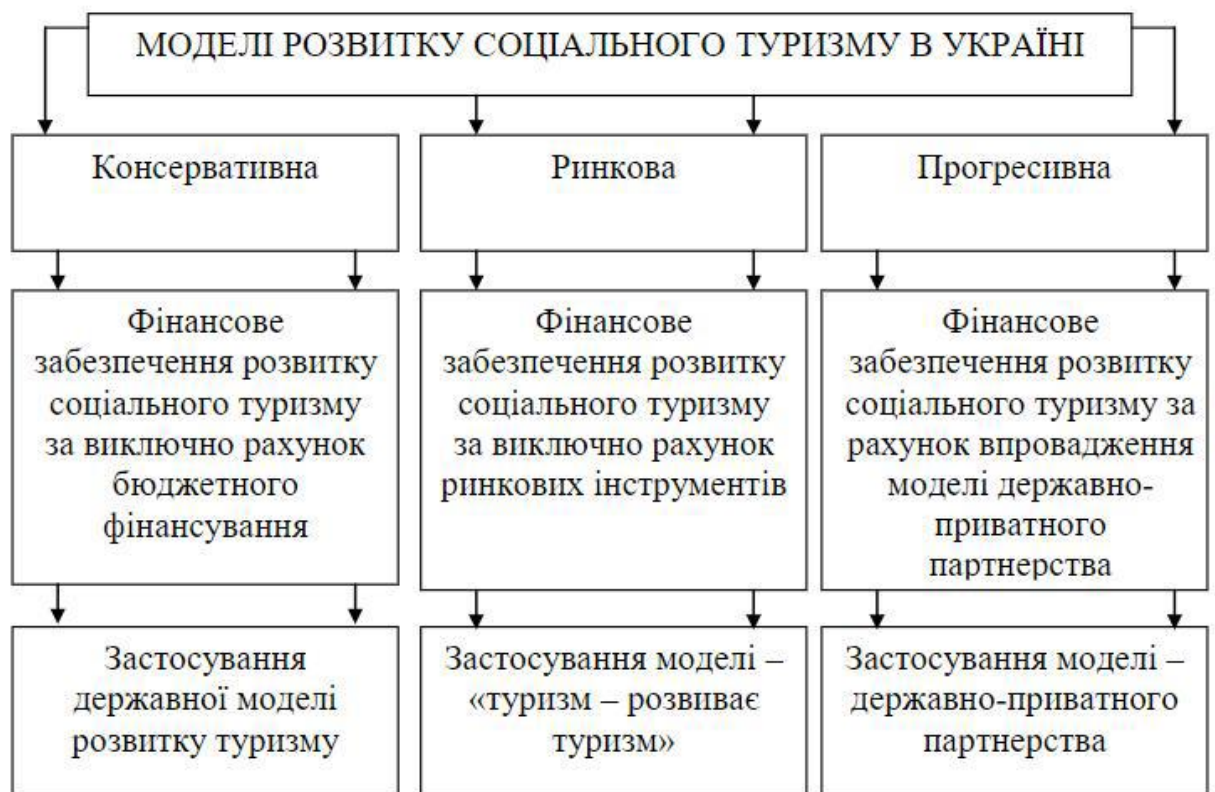


Рис. 2.3.1 Моделі розвитку соціального туризму в Україні, за [59]

Цільові групи програм соціального туризму в європейських країнах, як правило, мають схожі характеристики. Відмінності проявляються здебільшого у структурі та організації пропозицій. Кожна країна, орієнтуючись на ідеологічну концепцію соціального туризму, створює власну специфічну систему, яка враховує історичні передумови та акцентує увагу на національних особливостях. Це може стосуватися різноманітних аспектів пропозиції, таких як туристичні та транспортні послуги, організація розміщення, а також доступ до культурних та історичних пам'яток.

На рис. 2.3.1 зображено моделі розвитку соціального туризму в Україні в умовах глобальних змін, що були запропоновані А.Роговим та М.Забаштанським [59].

Розвиток соціального туризму може забезпечити значні переваги як для окремих туристичних підприємств, так і для всієї туристичної галузі. Перевагами для туристичних підприємств може стати [50]:

- розширення клієнтської бази. Соціальний туризм дозволяє залучити нові категорії населення, які раніше були обмежені у можливості подорожувати через фінансові або інші бар'єри. Це стосується літніх людей, сімей із дітьми, осіб із обмеженими можливостями та соціально незахищених груп;
- покращення корпоративного іміджу. Участь у соціальних програмах та ініціативах сприяє формуванню репутації компанії як соціально відповідального бізнесу. Це підвищує лояльність поточних клієнтів і приваблює нових, які цінують соціальну відповідальність;
- диверсифікація продуктів. Розробка нових видів турів та послуг, орієнтованих на різні соціальні групи, розширює продуктову лінійку підприємства. Це дозволяє зменшити ризики, пов'язані зі змінами в попиті на традиційні туристичні пропозиції.

Соціальний туризм стає не лише механізмом вирішення соціальних проблем, а й ефективним інструментом для розвитку бізнесу та підвищення його конкурентоспроможності.

Переваги безпосередньо для туристичної галузі в Україні [50] :

- збільшення внутрішнього туризму (чим більша кількість українців залучена до внутрішнього туризму, тим більше розшириться ринок і компенсує можливе зниження міжнародного туристичного потоку під час глобальних криз, таких як пандемії або політична нестабільність);

- збільшення зайнятості, включаючи персонал для обслуговування нових клієнтів;

- підвищення міжнародного іміджу (здатність України забезпечувати доступ до туристичних послуг для всіх верств населення дає можливість покращити свій міжнародний імідж і залучити більше іноземних туристів).

Таким чином, формування соціального туризму в Україні може стати важливим фактором соціальної інтеграції та потужним двигуном економічного зростання та розвитку туристичної галузі.

Для оцінки факторів впливу на розвиток соціального туризму доцільно використовувати SWOT-аналіз, який дозволяє дослідити сильні та слабкі сторони галузі, а також її можливості та загрози. Цей метод забезпечує комплексний підхід до аналізу внутрішнього та зовнішнього середовищ, сприяючи прийняттю обґрунтованих рішень. Матрицю SWOT-аналізу соціального туризму в Україні наведено у табл. А. 2.

Аналіз внутрішніх факторів розвитку соціального туризму в Україні показує, що сильні й слабкі сторони мають приблизно однаковий вплив на галузь, що підкреслює важливість ефективного управління. Це передбачає мінімізацію впливу слабких сторін і максимізацію вигоди від сильних. До сильних сторін належать створення додаткових робочих місць, що позитивно впливає на економіку й сприяє зниженню рівня безробіття, та підвищення соціальної відповідальності країни і бізнесу, яке допомагає формувати позитивний імідж України на міжнародному рівні. Найбільш критичними слабкими сторонами є відсутність достатнього фінансування, що гальмує реалізацію проєктів та інновацій.

Аналіз зовнішніх факторів виявляє значний потенціал для розвитку. Основні можливості включають створення законодавчої бази, яка

стимулюватиме галузь, розвиток еко- та лікувально-оздоровчого туризму, що створює сприятливе середовище для соціального туризму, та зростання зацікавленості населення, яке може стати потужним стимулом.

Для подолання цих викликів та використання потенціалу галузі необхідно посилити державну підтримку шляхом створення законодавчих стимулів і фінансових програм, встановити стратегічний напрям розвитку соціального туризму з акцентом на підтримку вразливих верств населення, залучати бізнес до співпраці.

Соціальний туризм потребує підтримки держави, тому що він:

- 1) характеризується загальнодоступністю;
- 2) забезпечує масовість та малозабезпечених верств населення через нижчу вартість;
- 3) привабливий для людей похилого віку, людей з фізичними вадами;
- 4) спрямований на підвищення ролі внутрішнього, місцевого туризму, що вирішує проблеми регіонального розвитку;
- 5) соціальний туризм – потужний виховний фактор для юнацтва та молоді, бо породжує культурно-виховну спрямованість, формує прагнення здорового способу життя [49].

Відмова бізнесу від співпраці та держави від підтримки соціального туризму є очікуваним явищем в Україні, оскільки ці аспекти значною мірою залежать від настроїв громадськості. Проте розвиток соціальної відповідальності може позитивно вплинути на ставлення бізнесу до співпраці в соціальному туризмі та зацікавити державу у підтримці цієї галузі.

Для залучення бізнесу важливо створити умови, за яких він зможе мінімізувати фінансові витрати й отримати значні соціальні та рекламні вигоди. У сучасному світі реклама відіграє ключову роль у просуванні продуктів і послуг, тому запропонована безкоштовна реклама за участь у проектах соціального туризму може стати ефективним стимулом для бізнесу.

Крім того, покращення комунікації між учасниками соціального туризму сприятиме зміцненню взаєморозуміння серед громадян України та підвищенню

їхньої згуртованості. Це, у свою чергу, позитивно вплине на геополітичну ситуацію в країні, сприяючи більш тісному об'єднанню нації та зміцненню її внутрішньої стабільності.

Результати SWOT-аналізу дозволяють визначити пріоритетні напрями розвитку соціального туризму та заходи, які потрібно реалізувати для підвищення ефективності його функціонування. Це допоможе створити стратегію, спрямовану на зміцнення сильних сторін, мінімізацію слабких, реалізацію можливостей і подолання загроз.

Метою стратегії розвитку соціального туризму в Україні є збільшення ключових показників, зокрема: кількості внутрішніх туристів; кількості дітей, які отримали оздоровлення в закладах відпочинку та оздоровлення; кількості осіб з особливими потребами, забезпечених санаторно-курортним лікуванням; завантаженості спеціалізованих засобів розміщення, готелів та аналогічних установ мінімум у 2-5 разів (табл. Б.3).

Соціальний туризм можна беззаперечно вважати основою для розвитку внутрішнього туризму в країні. Інтенсивне зростання внутрішніх туристичних потоків сприятиме досягненню якісно нового рівня розвитку національної туристичної індустрії. Це, своєю чергою, забезпечить переорієнтацію туристичної сфери на задоволення потреб як внутрішніх, так і зовнішніх туристів, підвищуючи її конкурентоспроможність на світовому ринку.

З огляду на це, важливо зосередити зусилля на таких напрямках:

1. Покращення нормативно-законодавчої бази. Це дозволить залучати більше інвестицій і забезпечити прозорість у регулюванні галузі.

2. Розвиток туристичної інфраструктури. Необхідні реконструкція історичних пам'яток, створення сучасних рекреаційних зон, доступного транспорту та інформаційної підтримки.

3. Популяризація внутрішнього туризму. Реклама регіональних туристичних маршрутів, видача путівників і впровадження спеціальних програм для українців.

4. Підвищення якості послуг. Стандартизація та сертифікація послуг,

підготовка кваліфікованих кадрів для туристичної індустрії.

Таблиця 2.3.1

Пріоритетні напрямки розвитку туристичної галузі в Україні, за [17]

Напрямок	Зміст напрямку
Інвестиції в інфраструктуру	Відновлення та модернізація туристичних об'єктів, зокрема пам'яток культурної та історичної спадщини. Створення нових об'єктів для активного та сімейного відпочинку. Розвиток транспортної інфраструктури для полегшення доступу до туристичних зон.
Соціальний туризм	Забезпечення доступності туризму для вразливих груп населення через запровадження програм субсидування. Інтеграція елементів соціального туризму, таких як система відпускних ваучерів чи розвиток спеціалізованих місць розміщення.
Державна підтримка та гранти	Впровадження спеціальних програм для розвитку туристичних об'єктів, які зберігають національну культуру, традиції та природу. Надання пільг та субсидій для розвитку актуальних видів туризму, таких як сільський, екологічний чи культурний туризм
Маркетинг та промоція	Проведення інформаційних кампаній, спрямованих на популяризацію туристичних маршрутів серед населення. Використання сучасних каналів комунікації, таких як соціальні мережі та інтернет-платформи, для залучення міжнародних туристів
Підтримка громадських ініціатив	Залучення місцевих громад до розвитку туризму через грантові програми чи співфінансування проєктів. Підтримка локальних підприємців, які працюють у сфері туризму

Оскільки в Україні з'явилась нова категорія осіб з обмеженими можливостями – поранені учасники бойових дій та особи, постраждалі внаслідок російської військової агресії, то реабілітаційно-соціальний туризм може стати для них потужним інструментом їх реабілітації, можливістю оздоровлення, спілкування з людьми, ліквідації наявних психологічних бар'єрів, отримання психологічного задоволення від занять руховою активністю і праці (див. табл. 2.3.1). Для таких осіб реабілітаційно-соціальний туризм – це вид реабілітації, який може реально допомогти відновитись, покращити психологічно самопочуття, перестати фіксуватися на своїх соматичних відчуттях, і, залучаючись до ритму розпорядку, вийти з важкої стресової ситуації, пов'язаної з пораненням (захворюванням) і наслідками лікування, відчути себе активним, потрібним, відчути жагу до життя [12].

На сьогодні в умовах війни, коли є велика кількість переміщених осіб,

ситуація кардинально змінилася. Пільгово-компенсаційна система у сфері туризму практично не працює, рекреації працюють в аварійному режимі, не дозволяючи задовольняти попит у послугах соціального туризму навіть десятої частини незахищених верств населення України.

Виникає необхідність трансформування системи соціального туризму в умовах глобальних проблем, як безпосередньо нашої держави, так і всього людства. В основі мають бути формування багатоваріантної моделі фінансування та ринкових принципів управління.

За умови проведення в Україні активної пропаганди соціальної відповідальності бізнесу є можливість переконати та отримати зацікавленість бізнес-спільноти до участі у соціальному туризмі. А тому, коли і державний, і приватний сектор стануть зацікавленими у розвитку соціального туризму, почнеться природна розбудова та реставрація туристичної інфраструктури, з'являться нові спеціалізовані колективні засоби розміщення для окремих цільових груп з належним обладнанням, меблями та відповідним обслуговуванням, почнуть будувати нові шляхи між об'єктами, ремонтувати дороги, буде розширена транспортна база та відкриті нові сполучні шляхи, багато пам'яток отримають нове життя, а покинуті та занедбані рекреаційні об'єкти, такі як термальні джерела, озера, заповідники, лікувальні води, знову стануть затребуваними і відвідуваними.

Таким чином, соціальний туризм, без сумніву, можна вважати підґрунтям розвитку внутрішнього туризму в країні. Адже інтенсивні темпи розвитку внутрішніх туристичних потоків дозволять забезпечити новий якісний рівень розвитку національної туристичної індустрії, що, своєю чергою, сприятиме орієнтації сфери туризму на туристів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Розробка туру:

Молодіжний велопробіг “Молодь за здоровий спосіб життя” (3 дні)

Виїзди: по мірі комплектації груп.

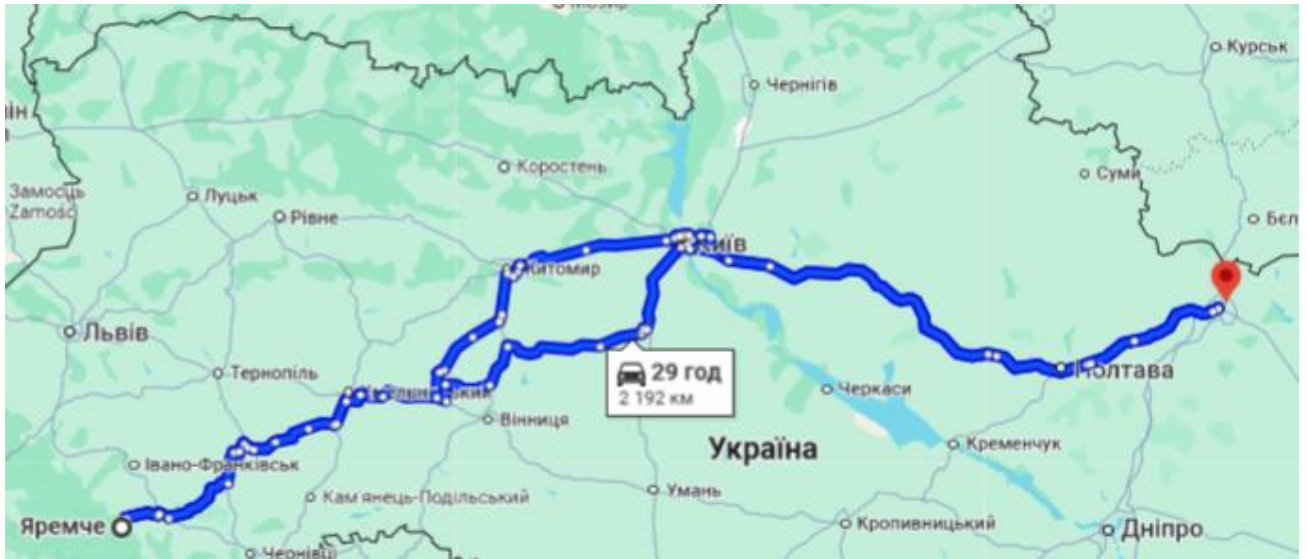


Рис. 2.3.2 Маршрут туру

До огляду пропонується потужний велосипедний тур Карпатськими стежинами за назвою і гаслом «Молодь за здоровий спосіб життя».

За два дні велосипедом можна проїхати близько 75 кілометрів (до 38 км в перший день, та до 35 км – на другий) гірськими дорогами.

ПРОГРАМА ВЕЛОПРОБІГУ

1 день. Виїзд в п'ятницю вечері орієнтовно о 19:00 год. на мікроавтобусі для активного відпочинку (велосипеди у багажному відділенні). По дорозі знайомство групи, перегляд фільмів та зупинки на каву/чай. Прибуття у м.Яремче (Микуличин) в ніч з п'ятниці на суботу. Відпочинок.

2 день. Сніданок і після сніданку виїзд на залізничний вокзал м. Яремче.

Відбуття на місцевому карпатському потязі до точки старту у м. Ворохта.

Від Ворохти рухаємося до присілка Вороненко, принагідно оглядаючи австрійські кам'яні мости. Присілок проїжджаємо за вказівниками головним автошляхом з ґрунтовим покриттям.

Кілька нескладних апхілів виводять із лісу до житлових будинків і телевізійного ретранслятора. За кілька хвилин – швидкісний спуск до

Яблуницького перевалу, відомого також як «Беркут» (за іменем турбази). На перевалі працюють сувенірний ринок, кафе з гуцульськими стравами.

Таблиця 2.3.2

Калькуляція туру «Молодь за здоровий спосіб життя»

№ з/п	Найменування витрат	Ціна, грн.	Кількість	Розрахунок	Загальна сума, грн.
1	Транспорт	12495 (за весь тур)	х	х	12495
2	Проживання	250 (за 1 номер на 1 добу за 1 особу)	10 номерів	250*10*2	5000
3	харчування: 2 сніданки / 2 вечері	200 (за 1 день)	2	200*2*10	4000
4	Заробітна плата супроводжувачого екскурсовода-механік	500 (день)	2	500*2	1000
5	Прокат велосипедів	200 (день)	1000	200*2*10	4000
6	Основні витрати	х	х	п.1 + п.2 + п.3 + п.4+п.5	26495
7	Накладні витрати	х	10 % (від основних витрат)	п.6 * 0,1	2650
8	Страховання групи туристів	х	5 % (від основних витрат)	п.6 * 0,05	1325
9	Прибуток	х	10 % (від основних витрат)	п.6 * 0,1	2650
10	Загальна вартість туру	х	х	п.6 + п.7 + п.8 + п.9	33120
11	Ціна путівки на 1 особу	х	х	п.9 / 14	3 312

Звідси автотрасою близько 5 км спускаємося до центру села Яблуниці. Далі ми вирушаємо до точки фінішу автотрасою до залізничної станції у Татарові. Маршрут першого дня завершено. Відпочинок. Вечеря.

3 день. Сніданок. Зранку шлях до залізничної станції м. Яремче. На часі нескладний прогулянковий маршрут, майже повністю прокладений автодорогами. Траса з Татарова в бік Яремче. В кінці Татарова повертаємо ліворуч, на вузьку асфальтовану дорогу, яка виведе нас до берега річки Женець.

Серед обійсть тут заховалася і зимова резиденція президента Ющенка.

В кінці дороги нас чекає найбільший в Яремчанському регіоні водоспад «Гук» на річці Женець. Далі вирушаємо в напрямку селища Микуличин, яке до речі є одним з найбільших в Україні сіл протяжністю 44 км, а також найстаріших поселень. Далі, нас чекає доволі легка дорога до м. Яремче, на якій будуть тільки легкі спуски і кілька майже не помітних підйомів.

Прибувши у м. Яремче (Микуличин), обід. Виїзд у м. Харків.

Фірма залишає за собою право змінювати програму туру, порядок та час екскурсій без зменшення загального обсягу послуг. Фірма не несе відповідальності за можливі затримки на дорогах і погодні умови. Автобусне обслуговування у вільний час не передбачене.

У програмах туру вказано орієнтовний час. Точне місце і час від'їзду з міста, початок екскурсій і додаткової програми оголошується керівником.

Вартість туру складає на 1 особу: 3 3 312 грн.

У вартість “Туристичного обслуговування” входить – транспортне обслуговування по маршруту, супровід керівником групи, екскурсовод на екскурсійних об’єктах, плата за в’їзд автобусом на екскурсійні об’єкти.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши питання розвитку соціального туризму можна зробити наступні висновки.

1. Соціальний туризм спрямований на організацію подорожей і відпочинку для соціально вразливих груп населення з метою відновлення їхньої працездатності, а також фізичних і моральних сил.

2. Розвиток туризму повинен бути спрямований на впорядкування діалогу між народами, зближення культур і прояв туризму як форми соціокультурної комунікації. Це передбачає зміцнення його ролі у формуванні толерантності, взаємоповаги та підтримки миру у сучасному світі.

3. Соціальний туризм є специфічним напрямом організації відпочинку і оздоровлення різних верств населення, що спрямований на відновлення людських ресурсів та забезпечення задоволення як загальних, так і індивідуальних потреб туристів. Зарубіжний досвід демонструє, що необхідною умовою розвитку цього виду туризму є державна підтримка, чітко сформована стратегія та система фінансування.

4. Соціальний туризм є своєрідним індикатором рівня розвитку суспільства. Він відіграє роль "дизайнера суспільства", сприяючи вдосконаленню людських взаємин і формуючи людину як соціальну істоту. Це не лише вид туризму, а й важливий інструмент соціальної гармонізації та розвитку.

5. В Україні немає належної економічної бази для розвитку інфраструктури інклюзивного туризму, і він не є привабливим з економічної та інвестиційної точки зору через низький рівень життя населення та судово-правову незахищеність інвестицій.

6. Заклади соціального туризму повинні першочергово вирішувати ці завдання у співпраці з органами місцевого самоврядування. Система соціального туризму здатна забезпечити створення туристичного продукту, який відповідатиме потребам учнівської та студентської молоді, людей

похилого віку, осіб з інвалідністю та ін.

7. Заклади соціального туризму повинні першочергово вирішувати ці завдання у співпраці з органами місцевого самоврядування. Система соціального туризму здатна забезпечити створення туристичного продукту, який відповідатиме потребам учнівської та студентської молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та ін.

8. Соціальний туризм, без сумніву, можна вважати підґрунтям розвитку внутрішнього туризму в країні. Адже інтенсивні темпи розвитку внутрішніх туристичних потоків дозволять забезпечити новий якісний рівень розвитку національної туристичної індустрії, що, своєю чергою, сприятиме орієнтації сфери туризму на туристів, як внутрішніх, так і зовнішніх

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова С.А., Сова А.Р. Соціальний туризм як інструмент соціально-економічного розвитку країни : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку», м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р., Одеса : ОДАБА, 2017. С. 4-6.
2. Алексеева Ю. Державне регулювання соціального туризму в Україні. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*. 2004. Вип. 1. С. 182-191.
3. Балійська декларація з туризму. Прийнята на II міжнародному форумі. о. Балі (Індонезія), 24-27.08.1996 р.
4. Безугла Л.С., Куваєва Т.В., Герасименко Т.В. Проблеми та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні та Європі. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1698>.
5. Бондаренко Л. А. Дослідження програм розвитку туризму в регіонах України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 6-10
6. Бруч В., Галиш Н. Сталий розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 23-30.
7. Влащенко Н. М. Забезпечення розвитку соціального туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2019. № 3. С. 155-161.
8. Войтовська А. І. Особливості інклюзивного туризму. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vojtovska.htm.
9. Всесвітня туристична організація. Офіційний веб-сайт. URL: <http://unwto.org/>.
10. Гайдай К. І. Проблеми розвитку соціального туризму в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 6 (62). С. 72-76.
11. Гайдук А. Інтегрований туристичний концерн – сучасна форма

туристичного підприємства в умовах глобалізації. *Регіональна економіка*. 2006. № 2. С. 204-212.

12. Головка В.В. Реабілітаційно-соціальний туризм як інструмент державної політики соціального захисту людей з обмеженими можливостями. *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації*: Мат-ли Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. Харків, 2023. С. 143-135.

13. Глобальний етичний кодекс туризму. URL: <https://www.kichakatours.co.ke/uk/global-code-of-ethics-for-tourism/>

14. Глушко В. Вектор розвитку туризму в Україні. *Вісник Київського національного торгівельно-економічного університету*. 2019. №2. С. 64-75.

15. Глущенко К. Соціальний туризм як галузь сучасної економіки. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства*: матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників, м. Суми, 18-19 квітня 2019 р. Суми: СумДУ, 2019. С. 317-322.

16. Голод А.П., Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г. Соціальний туризм: сутність, структура та інноваційні напрями розвитку. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. № 3 (73). С. 39-44.

17. Гусякова О. Ю. Розвиток механізмів державного регулювання соціального туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. держ. упр. : 25.00.02. Запоріжжя, 2010. 22 с.

18. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua.

19. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021–2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695 / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text> (дата звернення: 12.12.2024).

20. Доступний туризм для всіх. Вимоги та рекомендації. К.: НТОУ, 2024. 118 с.

21. Дунай Н. В. Соціальний туризм як чинник духовної інтеграції людства. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки. і права*. Серія:

філософські науки. 2015. Вип.21. С.198-208.

22. Енциклопедія сучасної України. Інфляція. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=12446.

23. Задорожна К.І. Суспільна значущість розвитку інституту соціального туризму в Україні проблеми та їх розв'язання. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2015. Вип. 4. С. 38–46.

24. Задорожна К. І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі: концептуалізація та інтеграція. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2016. № 2 (62). С. 17–27.

25. Звіт про роботу Українського державного центру національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді в 2022 році. URL: <https://patriotua.org/pro-nas/plany-ta-zvity/>.

26. Іванова І., Толстанов О. Шляхи соціально-економічного розвитку регіону. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №19. С. 102-109.

27. Ільченко Т.В. Роль SWOT-аналізу в обґрунтуванні перспектив розвитку аграрного підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 79-83.

28. Кифяк В. Ф. Організація туризму: Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2008. 344 с.

29. Кляп М. П., Ф. Ф. Шандор. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 334 с.

30. Коллегаєв М. Ю., Бабешко М. С. Світовий досвід і перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 69. Т. 2. С. 174-178.

31. Колотуха О.В. Сегментація соціального туризму в Україні. URL: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=38&lang=uk.

32. Колотуха О.В. Соціальний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 177–179.

33. Кондрацька Л. П. Стан та перспективи розвитку інклюзивного туризму в Україні. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 2(20). С. 47-58.
34. Котенко Т. М. Соціальний вимір розвитку рекреації та туризму : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07. Київ, 2016. 240 с.
35. Лепкий М.І. Фактори розвитку туристичного господарства в регіонах України. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 25. С. 549–555.
36. Логвин М., Карпенко Н., Шуканов П. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. *Східна Європа: економіка, бізнес і управління*. 2019. Вип. 4 (21). С. 393-399.
37. Лопатченко І.М., Скороходов С.О. Розвиток соціального туризму в умовах гібридних загроз. *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації*: Мат-ли Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф. Харків, 2023. С. 32-34.
38. Любіцева О.О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України: Навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
39. Люта Д. А. Організація соціального туризму в Україні та за кордоном: порівняльний аналіз. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітніх школах*. 2015. Вип. 43 (96). С. 198-202.
40. Манільська декларація по соціальному впливу туризму. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. К., 2002.
41. Метеленко Н.Г., Семенов А.Г., Ярошевська О.В. Соціалізація послуг туристичних підприємств на основі організаційного розвитку. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 3(114). Ч. 1. С. 122-126.
42. Миронов Ю.Б., Михальський Ю.В. Соціальне партнерство в туризмі: детермінанти та соціально-економічні механізми розвитку за сучасних умов. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2018. Вип. 56. С. 55-59.
43. Монреальська декларація «До гуманного і соціального бачення туризму». Прийнята Генеральною асамблеєю Міжнародного бюро соціального туризму. Монреаль (Канада). 12.09.96 р.

44. Мясникова А. Туризм без бар'єрів і кордонів. URL: <https://nakipelo.ua/turizm-bez-barerovi-granits/> (дата звернення: 15.12.2024).
45. Національна економіка. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
46. Національна соціальна сервісна служба України. URL: <https://nssu.gov.ua/>
47. Національна Стратегія із створення без бар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/366-2021-p#n10> (дата звернення: 12.12.2024).
48. Оболенцева Л. В., Коломєйцева А. М. Дослідження стратегічних пріоритетів розвитку соціального туризму в Україні. *Інтернаука*. Серія «Економічні науки». 2017. № 1. Т. 2. С. 102–105.
49. Оболенцева Л. В. Розробка концепції стратегії розвитку соціального туризму в Україні: європейський досвід та національні реалії. *Проблеми економіки*. 2020. № 4 (46). С. 58-66.
50. Онищук Н. В. Проекти соціального туризму: регіональний рівень. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. №8. URL: <https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/48/37>.
51. Павлова Т.Г., Красовська О.Ю., Сисоєва С.І. Особливості та проблеми соціального туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Випуск 2. С. 637-640.
52. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: Навчальний посібник. К.: Видавництво: Альтерпрес, 2003. 352 с.
53. Панченко С.А. Соціальний туризм як важливий чинник розвитку туризму в Україні. *East European Scientific Journal*. 2019. №2 (42). Ч.5. С.12-15.
54. Поливач К. А. Історико-культурна спадщина як фактор розвитку регіонів та населених міст України [Текст]. *Український географічний журнал*. 2005. № 1. С. 55-62.
55. Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України. *Відомості Верховної Ради України* [Текст]. 2004. №13. Ст. 180.
56. Про туризм: Закон України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*.

1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

57.Ражановська А. В. Соціальний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream.pdf>.

58.Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку: Монографія / Кол. авторів; ред. Н. П. Мешко, В. Є. Редько, О. П. Крупський. Дніпро, 2016. 321 с.

59.Роговий А. В., Забаштанський М. М. Концептуальні засади розвитку соціального туризму в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. (1). С.79-83.

60.Сисоєва С.І. Механізми державного регулювання ринку туристичних послуг. Монографія. Харків. 2017. 191 с.

61.Смолій В. А. Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / За ред. В. К. Федорченка. К.: Слово, 2006. 367 с.

62.Сокол Т.Г., Фастовець О.А. Регіональний вектор розвитку туризму в Україні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. № 1 (78). 2022. С. 132–144.

63.Соляник С.Ф. Соціокультурні комунікації в туризмі // Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: навчальний посібник. К.: Кондор, 2004. 268 с.

64.Соціальний захист населення у 2020 році. URL:https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/07/zb_szn_2020.pdf (дата звернення до ресурсу 23.11.2024 року).

65.Соціальний туризм в Україні: чи стане він «дизайнером суспільства та двигуном економічного розвитку». *Голос України*. URL: <http://www.golos.com.ua/article/170947>.

66.Статистичний щорічник України за 2020 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2021. 454 с.

67.Статистичний щорічник України за 2022 рік / Державна служба

статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2023. 387 с.

68. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2021. 189 с.

69. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

70. Теодорович Л. В., Хомин О. Й. Вирішення проблем соціального туризму України. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія : Економіка*. 2010. Т. 145. Вип. 132. С. 43-49.

71. Тищенко С.В. Чернишова Т.М. Осіпчук А.С. Туризм як засіб психологічної та соціальної підтримки груп ризику та людей з особливими потребами. *Економіка та управління національним господарством*. 2021. Вип. 51. С. 73-81.

72. Туристична діяльність в Україні у 2021 році: стат. бюлет. / [відп. за вип. О.О. Кармазіна]. К.: Державна служба статистики України, 2022. 78 с.

73. Туристичний барометр України 2021-2022. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2022.pdf>.

74. Угоднікова О. Перспективи реалізації державної політики у розвитку інклюзивного туризму. *Аспекти публічного управління* Том 7. № 1-2. 2019. С. 37-42.

75. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2002. 195 с. URL: https://tourlib.net/books_history/fedorchenko621.htm.

76. Феленчак Ю. Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. *Інноваційна економіка : наук.-виробн. журнал*. 2019. № 3-4 (62). С. 119-124.

77. Філософські нариси туризму: Науково-навчальне видання. Київ:

Український Центр духовної культури. 2015. 328 с.

78.Химинець В. В., Цімболинець Г. І. Історико-культурна спадщина як чинник стимулювання економічного розвитку регіону. *Регіональна економіка*. 2020. №3. С. 57–64.

79.Хитрова О.А. Соціальний туризм: суть, види та зарубіжний досвід. *Економіка та управління національним господарством*. 2020. Випуск 58-1. С. 74-78.

80.Чайка С. Європейські практики інклюзивного туризму: досвід для України. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2022. Випуск 43. С. 189–196.

81.Чубка О.М., Косик В.М. Вплив війни на економіку України. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2022. Випуск 3 (36). С. 131-136.

82.Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

83.Явкін В.Х., Руденко В.П., Андрійчук В.М., Король О.Д. та ін. Географічні аспекти розвитку туризму на прикладі України та Польщі: Монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. С.141-149.

84.Almeida M. Case study: the development of social tourism in Brazil. *Current Issues in Tourism*. 2011. Vol. 14. Issue 5. P. 483–489.

85.Griffin K., Stacey J. Towards a «tourism for all» policy for Ireland: achieving real sustainability in Irish tourism. *Current Issues in Tourism. Special Issue: Social Tourism: Perspectives and Potential*. 2011. Vol. 14. Issue 5. P. 431-444.

86.Higgins-Desboilles F. More than an «industry»: the forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*. 2006. Vol. 27. Issue 6. P. 1192-1208.

87.Minnaert L., Maitland R., Miller G. The Value of Social Tourism foundations. *Annals of Tourism Research*. 2009. Vol. 36. Issue 2. P. 316-334.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Структура соціального туризму

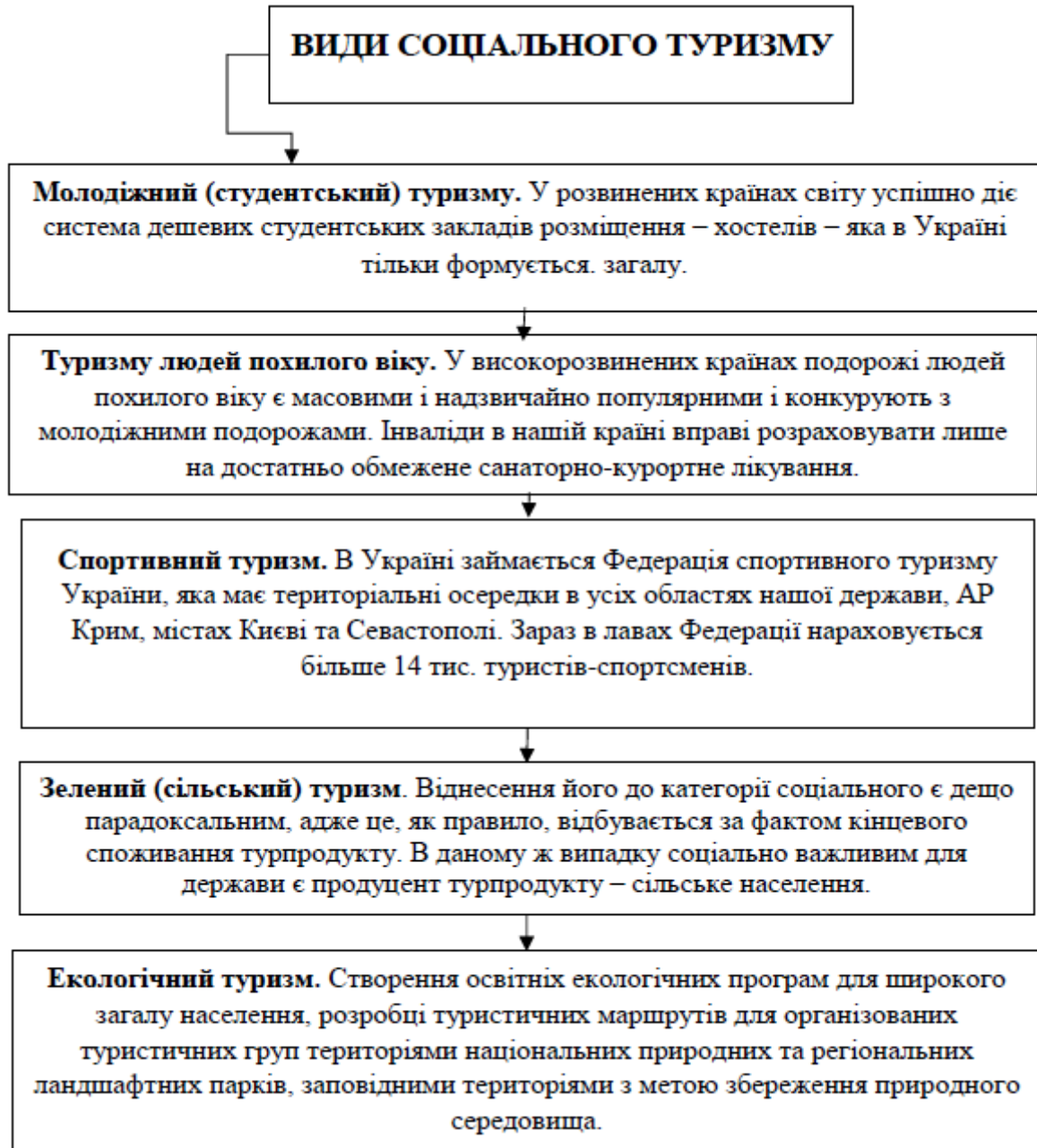


Рис. А. 1. Види соціального туризму, за [79]

Додаток Б.

Світовий досвід розвитку соціального туризму

Таблиця Б. 1

Досвід європейських країн порівняно з Україною, за [49]

Механізм управління соціальним туризмом	Країни Європи	Україна
держава регулює соціальний сектор туризму через міністерство туризму чи національні туристичні організації	так	ні
Фінансова політика: - інвестиції з боку ЄС через Європейський фонд регіонального розвитку; - пільгові позики складають половину всіх інвестицій і видаються під 5 % всіх комісійних на 20 років; - пільгові позики; - надають субсидії	так так: Австрія так: Греція, Португалія так: Франція, Італія, Велика Британія	ні ні ні ні
Фінансовий механізм: - пряме державне фінансування; - непряме державне фінансування (пожертви, страхування здоров'я); - кошти профспілок чи організацій соціального туризму; - благодійні фонди та релігійні організації	так так так так	ні ні так так
Більшість туристичних об'єктів є державною власністю	так	ні
цільові групи: молодь, сім'ї, люди похилого віку, люди з особливими потребами	так	ні
цільові групи: люди з особливими потребами, учасники ато, діти з багатодітних сімей, діти-сиріти	Змінюється залежно від пропозиції та попиту	так
Соціальні програми: - пряме фінансування сімей з низьким доходом; - відпускні чеки; - гранти на відпочинок в комерційному секторі; - партнерство з операторами у приватному секторі, які добровільно пропонують знижки цільовим групам соціального туризму; - заклади для соціальних груп (центри відпочинку для сімей)	так: асоціація сімейного відпочинку Великої Британії так: Франція так: «Family Holiday Assotiation» у Великій Британії так: Фландрія так: німеччина	ні ні ні ні ні
реклама соціального туризму: брошури, Змі, інтернет	так	ні
Співпраця з проміжними організаціями	так	ні

Таблиця Б.2

Матриця SWOT-аналізу соціального туризму в Україні, за [49]

Зовнішнє середовище Внутрішнє середовище	Можливості		Експертна оцінка, бали	Загрози	Експертна оцінка, бали
	1. Створення законодавчої бази соціального туризму		8	1. Глибока економічна криза, високий рівень інфляції	8
	2. Розвиток нових напрямів туризму		3	2. Негативні демографічні тенденції	2
	3. Надлишк завантаженість місць розміщення в не сезон		6	3. Зростання плати за ресурси, пов'язане зі стратегією вступу до ЄС	7
	4. Надходження іноземних інвестицій		4	4. Втрата інших територій, які належать Україні	4
	5. Заохочення і популяризація внутрішнього туризму		4	5. Загроза початку бойових дій з боку Російської Федерації.	5
	6. Постійний позитивний розвиток екотуризму та лікувально-оздоровчого туризму		7	6. Відмова бізнесу від співпраці для розвитку соціального туризму	9
	7. Зростання зацікавленості населення в соціальному туризмі		7	7. Відмова держави від підтримки соціального туризму	8
	8. Корупція				3
Сильні сторони	Експертна оцінка, бали	Середня оцінка	5,6	Середня оцінка	5,8
1. Сприяння підвищенню соціальної відповідальності країни і бізнесу	8	СИМ-СО – сили-можливості (max-max) (Хілт – 39,2) СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОГО ЗРОСТАННЯ Створення законодавчої бази і заохочення іноземних інвестицій будуть сприяти створенню позитивного іміджу України. Розвиток екотуризму та лікувально-оздоровчого сприятимуть створенню додаткових робочих місць, що в синтєзі з популяризацією внутрішнього туризму, який стимулює спілкування між учасниками, приведе до підвищення психологічного здоров'я населення	СИЗ-СТ – сили-загрози (max-min) (Хілт – 40,6) СТРАТЕГІЯ ІНТЕНСИВНОГО ЗРОСТАННЯ Розвиток соціального туризму вимагає певних витрат, цей процес ускладнюється здійсненням підвищеної плати за ресурси та відмови бізнесу та держави в підтримці. Але ефективно використання природного та ресурсного потенціалу буде впливати на підвищення соціальної відповідальності країни і бізнесу, може змінити негативне ставлення у бік позитивного		
2. Створення додаткових робочих місць	10				
3. Використання широкого природного та ресурсного потенціалу України	7				
4. Підвищення психологічного здоров'я населення	7				
5. Стимулювання спілкування між учасниками	5				
6. Доведення того, що Україна – Європейська держава	5				
Середня оцінка	7				
Слабкі сторони	Експертна оцінка, бали				
1. Відсутність стратегічного напрямку розвитку	8	СЛМ-МО – слабкості-можливості (min-max) (Хілт – 38,1) СТРАТЕГІЯ ОБМЕЖЕНОГО ЗРОСТАННЯ Відсутність стратегічного напрямку розвитку завжди залученню інвестицій. Інвестиції необхідні для відновлення існуючої інфраструктури та розвитку нової.	СЛЗ-МТ – слабкості-загрози (min-min) (Хілт – 39,4) СТРАТЕГІЯ СКОРОЧЕННЯ Без чіткого стратегічного напрямку розвитку, припинення антитерористичної операції та вирішення конфлікту з Російською Федерацією, Україна не зможе подолати труднощі, пов'язані з політичною та економічною ситуацією в країні і вийти з ринку		
2. Необізнаність населення в можливостях відпочинку та рекреаційних місць	3				
3. Відсутність координатора соціального туризму	9				
4. Зношеність інфраструктури	8				

Таблиця Б.3

Реалізація концепції стратегії розвитку соціального туризму, [49]

№	Етап	Заходи з реалізації
1	Розробка нормативно-правової бази	1.1. Створення спеціальної робочої групи 1.2. Проведення консультацій з закордонними консультантами 1.3. Консультації з Міністерством соціальної політики України, Директоратом Туризму Міністерства культури та інформаційної політики 1.4. Розробка законопроекту «Про соціальний туризм» 1.5. Процедура утвердження та прийняття ЗУ «Про соціальний туризм»
2	Створення координатора соціального туризму	2.1. Обрання виду організаційної структури координатора 2.2. Розробка основних положень координатора 2.3. Визначення функцій координатора 2.4. Визначення засобів взаємодії з бізнес-одинацями та соціальними і громадськими організаціями
3	Запуск роботи координатора соціального туризму	3.1. Встановлення зв'язків з проміжними організаціями та започаткування співпраці з ними 3.2. Налагодження зв'язків з ISTO 3.3. Підготовка кваліфікованих кадрів для роботи з координатором соціального туризму 3.4. Ініціація заходів щодо підготовки персоналу для роботи у соціальних закладах та відділах
4	Налагодження мінімальної інфраструктури	У тандемі з партнерськими організаціями: 4.1. Налагодження транспортного забезпечення до місць надання послуг з соціального туризму 4.2. Реконструкція спеціалізованих баз відпочинку, дитячих таборів, оздоровчих закладів 4.3. Реставрація туристичних об'єктів та місць рекреаційних ресурсів
5	Проведення ефективної маркетингової політики	5.1. Щорічний збір реальної статистичної інформації та її аналіз 5.2. Проведення анкетування у засобах розміщення та атракцій соціального туризму 5.3. Створення електронного інформаційного порталу загального користування 5.4. Реклама щорічних та спеціальних програм соціального туризму у ЗМІ, друкованих матеріалах та проміжних партнерських організаціях