МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2023 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____Людмила ТРАНЧЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ОЦІНКА ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Виконала: здобувач вищої освіти
IV курсу, 41 тм групи
освітньо-професійної програми «Туризм»
зі спеціальності 242 «Туризм»
Марія Олександрівна БУДНЯК

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Раїса КОЖУХІВСЬКА

Умань – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття, роль, значення та принципи соціального туризму 9

1.2. Основні підходи до класифікації видів соціального туризму 15

1.3. Специфіка державного регулювання соціального туризму в Україні і за кордоном 23

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Тенденції розвитку туристичної галузі України 27

2.2. Порівняльна характеристика розвитку соціального туризму в Україні та Європі 31

2.3. Фінансово-економічні аспекти діяльності соціального туризму в Україні 39

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Формування нормативно-правового середовища для розвитку соціального туризму в Україні 46

3.2. Удосконалення механізму державного регулювання соціального туризму 49

3.3. Система відпускних чеків як ефективний інструмент реалізації послуг в соціальному туризмі 58

ВИСНОВКИ 65

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

РЕЗЮМЕ

Загальний обсяг роботи – 80 сторінок, з них 61 сторінка основного тексту, 11 рисунків, 9 таблиць, 11 формул, 2 додатки. Список використаних джерел налічує 60 найменувань.

Метою дослідження є науково-теоретичне обґрунтування механізмів державного регулювання соціального туризму як складової суспільного розвитку України.

Об'єкт дослідження – процес управління розвитком соціального туризму в Україні.

Предмет дослідження – управлінські та соціально-економічні відносини, що склалися у процесі розвитку соціального туризму в Україні.

Практичне значення одержаних результатів полягає у науково-теоретичному обґрунтуванні механізмів державного регулювання соціального туризму в Україні.

У 1 розділі досліджено теоретико-методичні основи сутності соціального туризму. **Р**озглянуто роль, значення та принципи соціального туризму. Визначено основні підходи до класифікації видів соціального туризму. Розглянуто специфіку державного регулювання соціального туризму в Україні і за кордоном.

У 2 розділі проведено аналіз технологій та механізмів розвитку соціального туризму в Україні. Досліджено тенденції розвитку туристичної галузі України. Проведено порівняльну характеристику розвитку соціального туризму в Україні і Європі. Проаналізовано фінансово-економічні аспекти діяльності соціального туризму в Україні.

У 3 розділі розглянуто основні напрями вдосконалення державного регулювання соціального туризму в Україні. Здійснено аналіз формування нормативно-правового середовища для розвитку соціального туризму в Україні. Надано пропозиції щодо удосконалення механізму державного регулювання соціального туризму.

Ключові слова: туризм, соціальний туризм, державне регулювання, менеджмент, розвиток, туристична послуга.

АНОТАЦІЯ

У роботі досліджено теоретико-методичні основи сутності соціального туризму. Розглянуто роль, значення та принципи соціального туризму. Визначено основні підходи до класифікації видів соціального туризму. Розглянуто специфіку державного регулювання соціального туризму в Україні і за кордоном. Проведено аналіз технологій та механізмів розвитку соціального туризму в Україні. Досліджено тенденції розвитку туристичної галузі України. Проведено порівняльну характеристику розвитку соціального туризму в Україні і Європі. Проаналізовано фінансово-економічні аспекти діяльності соціального туризму в Україні. Розглянуто основні напрями вдосконалення державного регулювання соціального туризму в Україні. Здійснено аналіз формування нормативно-правового середовища для розвитку соціального туризму в Україні. Надано пропозиції щодо удосконалення механізму державного регулювання соціального туризму.

Ключові слова: туризм, соціальний туризм, державне регулювання, менеджмент, розвиток, туристична послуга.

SUMMARY

The paper examines the theoretical and methodological foundations of the essence of social tourism. The role, significance and principles of social tourism are considered. The main approaches to the classification of types of social tourism are defined. The specifics of state regulation of social tourism in Ukraine and abroad are considered. An analysis of technologies and mechanisms for the development of social tourism in Ukraine was carried out. Trends in the development of the tourism industry of Ukraine were studied. A comparative description of the development of social tourism in Ukraine and Europe has been carried out. The financial and economic aspects of social tourism in Ukraine are analyzed. The main areas of improvement of state regulation of social tourism in Ukraine are considered. An analysis of the formation of a regulatory and legal environment for the development of social tourism in Ukraine was carried out. Suggestions for improving the mechanism of state regulation of social tourism have been provided.

Keywords: tourism, social tourism, state regulation**,** management, development, tourist service.

ВСТУП

Актуальність теми. Одним із секторів економіки сучасного світу, що найінтенсивніше розвиваються і є перспективним, є індустрія туризму. Його вплив на економіку величезний. Туристичні підприємства отримують значний прибуток і створюють нові робочі місця. Туризм розширює ринок для галузей, що випускають предмети споживання, допомагає розвитку розважального і пізнавального бізнесу, збільшує доходи транспортних підприємств, служби зв'язку, формує доходи від виробництва туристичного спорядження, збільшує попит на сувенірну продукцію, тощо. Збільшення доходів туристичних підприємств цієї сфери сприяє стабілізації валютних надходжень до бюджетів різних рівнів через податки.

Характеризуючи значення туризму як галузі ринкової економіки, необхідно відзначити його соціальну значущість, зростаючу роль в духовному і фізичному розвитку особистості, формуванні рівня і якості життя. Сучасний самостійний розвиток галузі без державної підтримки привів до виживання переважно комерційних форм і видів туризму. У цих умовах частка соціального туризму значно зменшилася. Соціальний туризм сьогодні виходить на новий етап розвитку в умовах ринкової економіки, в державному регулюванні якого необхідно сполучати застосування зарубіжного досвіду з особливостями вітчизняного розвитку. Важливо відновлювати і створювати соціальний туризм, розробка якого вимагає нових підходів в організації державного регулювання, відповідних розвитку ринкових відносин і нових форм власності.

Особливості розвитку туристичної галузі та дослідження проблем державного регулювання соціального туризму знайшли своє відображення в роботах вітчизняних і зарубіжних учених: Алєксєєвої Ю. [13], Бабарицької В. [14], Байлик С. [15], Виноградської А. [20], Гаворецьки В. [54], Гуслякової О. [23-27], Дмитренко В. [30], Домарадської Г. [58],

Кифяка В. [34], Кравціва В.С. [36-37], Кука Н. [51], Лавіцкого А. [58], Любіцевої О. [40], Мальської М. [41], Матвієнко А. [52], Окубо С. [57] та ін.

Актуальність та невідкладність вирішення проблем, пов'язаних з активізацією державної туристичної політики, необхідність формування механізмів державного регулювання соціальним туризмом визначили тему дипломної роботи, зумовили зміст, мету, завдання і структуру дослідження.

Метою дослідження є науково-теоретичне обґрунтування механізмів державного регулювання соціального туризму як складової суспільного розвитку України.

Для досягнення мети роботи було поставлено такі **завдання:**

– дослідити понятійно-категоріальний апарат соціального туризму, що застосовується у вітчизняній та зарубіжній практиці;

– провести аналіз класифікацій видів туризму, зокрема соціального;

Методи дослідження. У роботі використано: історичний та логічний методи – для дослідження практики розвитку соціального туризму в зарубіжних країнах; абстрактно-логічний – для теоретичного узагальнення й формулювання висновків; економіко-статистичний – для аналізу сучасного стану туристичної галузі; методи аналізу й синтезу – для визначення принципів розвитку соціального туризму та формування державної соціальної політики.

Практичне значення одержаних результатів полягає у науково-теоретичному обґрунтуванні механізмів державного регулювання соціального туризму в Україні.

Обсяг і структура роботи. Загальний обсяг роботи – 80 сторінок, з них 61 сторінка основного тексту, 11 рисунків, 9 таблиць, 11 формул, 2 додатки.

Робота складається зі вступу, основної частини та висновків. У вступі обґрунтовується актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження. Окреслюється теоретична та методична база дослідження. Основна частина присвячена дослідженню теоретичних і методичних підходів до управління розвитком соціального туризму та

розробці основних напрямів розвитку сфери соціального туризму на основі використання системи відпускних чеків в Україні. У висновках сформульовані основні положення і пропозиції за результатами дослідження.

Апробація матеріалів роботи. Матеріали роботи було опробовано у статтях збірників: 1) Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 28-29 жовтня 2020 р. Умань; 2) ІІ Всеукр. наук.-практ. інт.-конф. «Концептуальні засади формування ефективних механізмів менеджменту та логістики в агропродовольчій сфері», 23 березня 2023 р.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття, роль, значення та принципи соціального туризму

У більшості країн світу туризм є однією з найбільш динамічних галузей економіки, що відіграє важливу роль у стимулюванні розвитку соціальної культури, сприяє нарощуванню економічного добробуту громадян своєї країни.

Соціальний туризм – подорожі, субсидійовані з коштів, що виділяються державою на соціальні потреби, таінших джерел фінансування з метою задоволення потреб громадян [12, с. 59].

Соціальний туризм – це різновид туризму, що субсидується із коштів, що виділяються на соціальні потреби, з метою створення умов для подорожей школярам, молоді, пенсіонерам, ветеранам війни і праці і іншим громадянам, яким держава, державні і недержавні фонди і інші добродійні організації надають соціальну підтримку [25, с. 346].

Аналіз визначень соціального туризму в європейських країнах свідчить, що тут в основному виділяється сфера пропозиції, а попиту приділяється мало уваги. У цих визначеннях мова йде про єднання асоціативного туризму (пропозиція соціального туризму) і сімейного туризму (основна категорія попиту соціального туризму) [31; 51; 54; 58; 59].

Виходячи з вищесказаного, можна сформулювати власне визначення соціального туризму*:* соціальний туризм є різновидом туризму, що охоплює всі соціальні шари та вікові групи населення, поїздки яких субсидуються з різних бюджетів, виходячи із соціальної категорії громадянина.

У зв'язку із цим трактуванням слід розглянути тезу про те, хто може бути соціальним туристом. По-перше, до соціальних туристів належать такі пільгові категорії громадян, як: діти, школярі, студенти, пенсіонери, ветерани

війни та праці, які одержують субсидії через державну соціальну політику. По-друге, поїздки таких категорій громадян, як державні службовці, військовослужбовці, священнослужителі, субсидуються через відповідні державні й недержавні фонди та інші благодійні організації. По-третє, туристична путівка будь-якого працівника на підприємстві може субсидуватися підприємством як винагорода за напружену роботу, ефективну працю. Таким чином, соціальним туристом може бути будь-яка людина.

До системи соціального туризму необхідно зараховувати підприємства, націлені не на отримання прибутку, а на реалізацію соціальних функцій (підвищення культурного, освітнього рівня суспільства, оздоровлення населення, проведення диференційованої цінової політики залежно від доходів сім'ї).

Туристичний комплекс, що приймає соціальних туристів також, може бути досить широким: від санаторно-курортних підприємств до висококласних готелів. Соціальний туризм не втрачає в цьому випадку свого призначення, оскільки він сприяє культурному розвитку особистості, відновленню його фізичних сил і задоволенню інших соціальних потреб. Масовість соціального туризму, одна з його характерних рис, дає змогу людині адаптуватися до життя в колективі.

Факторами, що визначають основні умови приналежності до соціального туризму є:

1. Націленість на спільне вирішення соціальних, освітніх і культурних завдань щодо розвитку людини.

2. Цільова клієнтура визначається доступністю туризму для всіх, незалежно від расових, культурних, релігійних, політичних, філософських або соціальних ознак.

3. Невід'ємним елементом пропонованого турпродукту є додана вартість неекономічного характеру, тобто участь соціальних витрат, трансфертних платежів в оплаті турпродукту.

4. Чітко вказано прагнення забезпечити гармонійну інтеграцію в місцеве середовище.

5. Ціни відповідають заявленим соціальним цілям, які разом з видом діяльності чітко вказують у контрактних документах. Прибутки повністю або частково реінвестуються в покращання послуг, пропонованих громадськості.

6. Управління кадрами відповідає вимогам соціального законодавства й націлено на забезпечення задоволеності роботою та належне постійне підвищення кваліфікації кадрів.

Соціальний туризм, як різновид туризму, має свої особливості, характерні риси. Головна особливість соціального туризму – турбота про малозабезпечених людей з урахуванням їх віку, здоров'я, соціального становища. Це реальне втілення обов'язку суспільства забезпечити своїм громадянам доступ до туристичних послуг, не обмежуючи їх прав.

Сфера соціального туризму охоплює різні категорії громадян – від учнів, студентів до пенсіонерів, інвалідів, ветеранів війни і праці. Особливу групу учасників туризму становлять малозабезпечені сім'ї. Проте пільги тут надаються не тільки за віком і за матеріальною неспроможністю. Як показує досвід, переваги, передбачені соціальним туризмом, можуть слугувати заохоченням найбільш активних працівників за особистий внесок в успіх підприємства, організації, установи, стимулюванням ефективної праці.

Джерела фінансування соціального туризму складаються з державних коштів на соціальні потреби, такі як фонди соціального страхування й соціального забезпечення, фонд обов'язкового медичного страхування, а також з банківських туристичних вкладів накопичувального характеру, з відповідних коштів приватних, корпоративних, державних, змішаних підприємств і організацій, благодійних фондів.

Незважаючи на те, що соціальний туризм може здійснюватися на основі індивідуального підходу, в ньому все ж таки переважають колективні й організовані форми. На рівні конкретного споживача турпродукту соціальний туризм здійснюється за безкоштовними й пільговими путівками в будинки

відпочинку, у санаторії, на турбази. Крім того, до соціального туризму належать безкоштовні й пільгові подорожі, спеціальні транспортні тарифи, податкові та митні пільги.

Історично соціальний туризм реалізовувався через санаторно-курортний комплекс і був нерозривно пов'язаний з рекреаційною діяльністю людей, яка являла собою як діяльність людини у вільний час з метою відновлення фізичних сил та всебічно розвитку. Для соціального туризму порівняно з іншими напрямами діяльності властива відносна різноманітність поведінки людей.

Рекреаційна діяльність людини у вільний час, спрямована на відновлення фізичних і психологічних можливостей трудової діяльності, є одиним з найважливіших проявів життєдіяльності людей; вона необхідна для нормального життя людини. Рекреаційна діяльність людини має ряд громадських функцій, які поділяються на медико-біологічні, соціально-культурні й економічні.

Зміст медико-біологічних функцій полягає в: відновленні здоров'я осіб, що перенесли хворобу і потребують завершення лікування методами курортології; одужанні практично здорових людей, тобто знятті стомлення, профілактиці захворювань, у тому числі професійних.

Соціально-культурні функції полягають у задоволенні потреби пізнання навколишнього світу: природи, історії, культури.

Економічні функції рекреаційної діяльності забезпечують підвищення здатності людини до продуктивної праці, збільшують фонд робочого часу за рахунок зниження захворюваності, продовження періоду активного трудового життя людини.

У Загальній Декларації прав людини наголошено, що всі люди мають право на відпочинок, вільний час, обмеження годин роботи й оплачувану відпустку. Враховуючи, що це право визнане далеко не скрізь, необхідно боротися за використання відпочинку та туризму для задоволення людських потреб на основі, вже закладеній соціальним туризмом. Його головною

метою завжди було забезпечення можливостей для всіх подорожувати і відпочивати. Таким чином, відповідно до декларації Монреаля, прийнятої Генеральною асамблеєю Міжнародного бюро соціального туризму 12 вересня 1996 р., всі ініціативи з розвитку туризму мають бути націлені на повну реалізацію потенціалу кожної людини, як особистості, так і громадянина. Забезпечення доступності туристичного відпочинку для всіх, включаючи сім'ї, молодь і немолодих осіб, обов'язково означає участь у боротьбі проти нерівності та проти виключення осіб з обмеженими можливостями.

Із цією метою слід розробити і вжити конкретних заходів: визначення соціально-туристичної політики, створення належної інфраструктури, забезпечення систем підтримки малозабезпечених верств населення, підготовка кадрів, інформаційна робота. Відпустки й подорожі надаються також для підвищення культурного рівня туриста через відкриття нових місць, завдяки фізичним, художнім, спортивним і рекреаційним видам діяльності. Організатори соціального туризму бажають зробити свій внесок у вдосконалення людських взаємин завдяки їх професійній підготовці та культурно-розважальній діяльності. Отже, соціальний туризм є засобом соціального єднання.

Мільйони людей у світі подорожують завдяки соціальному туризму, який охоплює всі соціальні шари та вікові групи. Соціальний туризм процвітає в економічному середовищі, для якого характерні солідарність і продумана соціальна політика. У свою чергу, соціальний туризм пропонує дедалі більше сприятливих економічних можливостей. Туризм для всіх є джерелом економічного процвітання. Завдяки йому генерується постійний потік людей і інвестицій, що сприяє регіональному розвитку, формує національне та міжнародне багатство, а також стимулює перенесення ресурсів з багатших країн бідніші.

Соціальний туризм повинен приносити вигоди всьому суспільству. Його вигоди мають сприяти соціально-економічному розвитку як регіонів,

так і окремих громадян. Туристичний сектор повинен одночасно забезпечувати зайнятість і гарантувати основні права.

Задовго до того, як міжнародні організації взяли на озброєння концепцію «стійкого розвитку», її прийняв соціальний туризм, визначивши такі цілі:

– гармонійне об'єднання розвитку туризму з охороною навколишнього середовища й повагою до місцевих спілок;

– передача нових ресурсів у відсталі регіони;

– сприяння розвитку, при якому ресурси не вичерпуються;

– забезпечення місцевих вигод економічного, соціального та культурного характеру.

Туризм має стати перспективним напрямом для багатьох нестійких економік. Захист навколишнього середовища повинен встояти під тиском з боку організацій або осіб, стурбованих тільки комерційним успіхом або особистим збагаченням. Соціальний туризм в особі підприємця й менеджера проектів розвитку туризму відіграє ключову роль у роботі з туристами. Він покликаний підвищувати їх інформованість, прищеплювати дбайливе ставлення до навколишнього середовища й повагу до місцевого населення. Теперішні й майбутні організатори соціального туризму мають сприяти розробленню проектів розвитку, створення юридичних і фінансових структур, а також забезпеченню програм менеджменту, профпідготовки й культурно-розважальної роботи в рамках усіх туристичних проектів, глобальних програм розвитку.

У розвинутих країнах сьогодні все більше говорять не про соціальний туризм, а про соціальну політику в галузі туризму. Тобто рівень комфортності, якість обслуговування й інші якісні параметри є стабільними та не можуть бути нижчими від певних параметрів, що забезпечують гідний відпочинок громадян. Проте не всі категорії громадян мають можливість оплатити свою подорож. Для цього держава використовує інструментарій соціальної політики, що дає змогу малозабезпеченим громадянам гідно

відпочивати. Тому, в держави має бути розроблений механізм соціальної політики в галузі туризму на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

1.2. Основні підходи до класифікації видів соціального туризму

В Україні вчені не прийшли до єдиної класифікації видів соціального туризму. Соціальний туризм, який розглядається в науковій літературі як один з видів туризму разом з пізнавально-екскурсійним, розважальним, оздоровчо-лікувальним, професійним, спортивним, релігійним, на думку автора, може включати всі ці види туризму.

Дитячо-юнацький туризм – охоплює туристично-краєзнавчу діяльність серед дітей в освітніх установах, що працюють за основними загальноосвітніми програмами, в установах додаткової освіти, включаючи станції дитячо-юнацького туризму, в організаціях і громадських об'єднаннях, що здійснюють додаткові освітні програми. Установи, організації і громадські об'єднання, які реалізовують соціальні програму і мають ліцензію на право ведення освітньої діяльності в цій галузі, забезпечуються бюджетним фінансуванням із коштів на освіту та користуються пільгами.

Самодіяльний (спортивно-оздоровчий) туризм – подорожі з використанням активних способів пересування, що здійснюються туристами самостійно, під час виробляються навички поведінки в різних природно-кліматичних умовах, при стихійних лихах, що виховують дбайливе ставлення до навколишнього середовища, формують необхідні вміння для ведення природоохоронних робіт.

Екологічний і культурно-пізнавальний туризм – туристичні відвідини пам'ятників природи, історії й культури, туристичних територій, природних територій, що охороняються, та об'єктів культурної спадщини відповідно до їх статусу. В інших класифікаціях такий туризм називається екскурсійним.

Сімейні подорожі, туризм молоді й ветеранів – це туристичні подорожі сімей з низьким доходом, слабо захищених у соціальному плані молодих людей, а також ветеранів на умовах і з цінами, що діють у соціальному туризмі. Соціальні пільги на такі подорожі, порядок їх надання передбачається в колективних договорах між працівниками і працедавцем, указуються у відривному талоні й відпускному чеку, у членських картах учасників соціального туризму як документальне підтвердження взаємних зобов'язань працівника та працедавця.

При розгляді соціального туризму, ми вважаємо за необхідне розглянути класифікацію туризму за різними категоріями.

Класифікуючи соціальний туризм за цілями, окрім освітнього, самодіяльного, екологічного й культурно-пізнавального, необхідно виділити такі важливі види, як рекреаційний, тобто подорож для відпочинку та лікування. Цей вид туризму є найбільш поширеним у всьому світі.

Діловий туризм також є одним з основних видів соціального туризму, ця поїздка в основному повністю дотується підприємством, оскільки безпосередньо пов'язана з виконанням професійних обов'язків.

Важливе місце займає спортивний туризм, що включає не тільки загально оздоровчі функції, а й поїздки для участі в спортивних заходах. Ця тенденція пояснюється розвитком популярності деяких видів спорту та різних змагань, що привертають увагу широкого кола туристів.

В окрему групу слід виділити релігійний туризм, що став останнім часом досить поширеним. Він передбачає подорожі, що мають на меті виконання яких-небудь місій, участі в обрядах, паломництво до святих місць. Туристів доставляють до релігійних святинь, розміщують поблизу них, а також забезпечують екскурсійним обслуговуванням у місцях великого скупчення віруючих. Цей вид туризму останнім часом набуває дедалі більшого поширення.

Можна виділити фермерський і сільський туризм. Це вид туризму, при якому ферми, спеціально організовують у себе сектор активного відпочинку

для отримання додаткового прибутку від надання послуг розміщення, харчування, залучення до праці на фермі. Цей вид туризму часто використовують сім'ї з дітьми, а також міська молодь.

Розглядаючи поняття екологічного туризму слід сказати, що він є формою виховання у людей дбайливого ставлення до природи, пізнань у цій галузі, оскільки виконує важливу соціальну функцію: розвиток загальноосвітнього рівня людини, його культурного потенціалу.

Що стосується самодіяльного туризму, то ми в цій класифікації розглядаємо його у вузькому значенні слова як спортивно-оздоровчий або похідний виходячи, з поняття цього виду туризму. Тому самодіяльний туризм виділяється тут як підвид за цілями.

Класифікуючи соціальний туризм за часовими характеристиками, слід визначити поняття сезонності. Соціальний туризм за сезонністю може поділятися на літній, зимовий відпочинок, міжсезонний і сезонний.

Соціальний туризм можна класифікувати і за територіальною ознакою. У зв'язку із цим, на наш погляд, слід було б виділити такі види туризму, як приміський, внутрішньорегіональний, внутрішньодержавний і міжнародний. Найпоширенішим є приміський туризм, тобто поїздки городян за місто в період відпусток або у вихідні дні.

Внутрішньорегіональний туризм включає в себе подорожі в рамках регіону. Внутрішньодержавний туризм характеризується подорожами, обмеженими рамками державних кордонів.

На рис. 1.5 показано чотири види сегментації: демографічна (у цьому разі нас цікавить сегментація за віком), соціальна (за професійною ознакою і соціальни статусом), економічна (за рівнем доходу).

Проте в світовій практиці виділяють декілька основних видів пільгових категорій громадян. Пріоритетною є сім'я, оскільки саме вона містить у собі всі основні пільгові категорії.

За цією класифікацією окремою групою є пенсіонери, а також діти (незалежно від матеріального становища їх батьків).

Класифікація засобів розміщення системи соціального туризму є невід'ємною частиною всієї класифікації соціального туризму, оскільки пропозиція є його другою важливою складовою рис. 1.6.

Згідно розглянутих класифікацій, ми дійшли висновку про те, що найпоширенішим видом соціального туризму є рекреаційний, культурний і екологічний.

Говорячи про часові характеристики, очевидно, що короткострокові поїздки здійснюються протягом усього року, тоді як середньострокові та довгострокові переважно у відпускний час узимку або влітку. Причому довгострокові поїздки дуже рідкі.

Можна зробити висновок, що найбільш поширеним є приміський, внутрішньорегіональний і внутрішньодержавний соціальний туризм. Міжнародний же туризм найбільш характерний для таких видів, як освітній і культурно-пізнавальний. Проте такі види, як діловий, спортивний і релігійний, також можуть мати міжнародний характер.

Таким чином, ми дійшли висновку про те, що найпоширенішим видом соціального туризму є рекреаційний, культурний і екологічний. Говорячи про тимчасові характеристики, очевидно, що короткострокові поїздки здійснюються протягом усього року, тоді як середньострокові та довгострокові переважно у відпускний час узимку або влітку. Причому довгострокові поїздки дуже рідкі. Можна зробити висновок, що найбільш поширеним є приміський, внутрішньорегіональний і внутрішньодержавний соціальний туризм. Міжнародний же туризм найбільш характерний для таких видів, як освітній і культурно-пізнавальний. Проте такі види, як діловий, спортивний і релігійний, також можуть мати міжнародний характер.

Найбільш популярними засобами розміщення майже для всіх соціальних категорій громадян є санаторії, пансіонати й будинки відпочинку, оскільки

вони не спеціалізуються на конкретних видах туризму, а мають різнобічну спрямованість.

Отже, виходячи з даних табл. 1.2, можна зробити висновок що для таких видів соціального туризму, як освітній, екологічний, культурно-пізнавальний, рекреаційний і спортивний, засоби розміщення не мають великого значення. А такі види, як діловий, релігійний, самодіяльний, фермерський і сільський, більше залежать від засобів розміщення.

1.3. Специфіка державного регулювання соціального туризму в Україні і за кордоном

Державне регулювання економіки є невідємним елементом успішного проведення реформ в умовах переходу до ринкової економіки. У сучасних умовах ринок залишається основним початком зв'язку господарських суб'єктів, основною формою координації економічних дій. Проте ринок не в змозі забезпечити згладжування економічних криз. Ринкова економіка призводить до посилення соціальної та майнової диференціації. Для пом’якшення пливу на соціальну сферу даних факторів цього необхідне втручання держави.

Суть державного регулювання соціального туризму на полягає у створенні нової системи регулювання в умовах ринкової економіки з використанням позитивного досвіду системи управління соціальним туризмом радянського періоду, а також зарубіжного досвіду.

Державне регулювання соціального туризму здійснюється відповідно до Закону України «Про туризм» [2]. Згідно Закону, основними цілями державного регулювання туристичної діяльності є: організація оздоровлення населення; забезпечення раціонального використання та збереження туристичних ресурсів, запровадження пільгових умов для організації туристичної та екскурсійної роботи серед дітей, молоді, інвалідів та

малозабезпечених верств населення; забезпечення безпеки туристів, захист їхніх прав, інтересів та майна; підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статусу окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії; надання прямих бюджетних асигнувань на розробку й реалізацію державних цільових програм розвитку туризму; створення сприятливих умов для інвестицій у туристичну індустрію; надання пільгових кредитів, встановлення податкових і митних пільг туроператорам і турагентам, що займається туристичною діяльністю на території України сприяння участі українських туристів, туроператоров, турагентів і їхніх об'єднань у міжнародних туристичних програмах тощо [2].

Координацію туристичної діяльності в Україні здійснює державний орган виконавчої влади у сфері туризму – Державне агентство розвитку туризму [28].

Об'єктами державного регулювання соціального туризму є сфери виробництва і послуг, галузі, регіони, а також ситуації, явища й умови соціально-економічного життя країни, де виникли або можуть виникнути труднощі, проблеми, що не вирішуються автоматично або будуть вирішені у далекому майбутньому, тоді як зняття цих проблем настійно необхідно для нормального функціонування соціального туризму.

Метою державного регулювання соціального туризму є залучення до туризму всіх верств населення, а також створення сприятливих умов для розвитку інфраструктури соціального туризму.

Засоби (інструменти) державного регулювання позділяються на методи прямого й непрямого впливу на соціальний туризм. Метод прямого впливу реалізується засобами адміністративного та економічного впливу. Непрямий метод регулювання реалізується тільки економічними засобами. Конкретний вираз цих прийомів або засобів регулювання є їх формами. Адміністративні засоби регулювання базуються на силі та авторитеті державної влади, включають заходи заборони, дозволу та примусу.

У розвинутих країнах з ринковою економікою вони використовуються в незначних масштабах. Економічні засоби державного регулювання передбачають використання державного економічного прогнозування і програмування, грошово-кредитної політики, бюджетно-податкової системи, валютної й митної політики.

Основними формами фінансово-кредитного регулювання є: виділення в державному бюджеті статей, за рахунок яких фінансуються галузі соціальної сфери, функціонування позабюджетних соціальних фондів: пенсійного, соціального страхування, за рахунок яких фінансуються відповідні галузі соціальної сфери.

Важливою складовою державного регулювання соціального туризму є туристична політика, яка має бути спрямована на розвиток і удосконалення даної галузі. Для ефективного застосування туристичної політики в Україні доцільно розглянути систему державного регулювання за кордоном, наприклад у Франції.

На сьогодні у Франції всі рішення на державному рівні в цій галузі ухвалює Державний секретаріат з питань туризму. Реалізацією основних напрямів державної політики займається Управління туризмом. Ці державні органи в галузі туризму відіграють велику роль у координації туристичної діяльності. Основними напрямами сучасної туристичної Франції політики є:

1. Просування національного турпродукту й дослідження ринків.

2. Створення сприятливого соціального середовища для розвитку в'їзного туризму

3. Створення умов для розвитку сімейного й асоціативного туризму.

4. Розробка й підписання федеральних контрактів між державою й регіонами, у яких обґрунтовано пріоритетні напрями державної політики в регіонах. У 1987 р. було створено Національну Федерацію регіональних комітетів з туризму, яка дала змогу співпрацювати комітетам з туризму різних регіонів.

Паралельно державним регулюванням існує і асоціативний напрямок розвитку соціального туризму – очолюється Національним союзом туристичних асоціацій. Це некомерційна асоціація, яка, діє на засадах реалізації соціальних цілей. Національний союз туристичних асоціацій є членом Міжнародного бюро з соціального туризму.

Поряд з Національним союзом туристичних асоціацій діє Національна координаційна рада соціального й асоціативного туризму. Роль Національної ради координації соціального й асоціативного туризму полягає у внесенні пропозицій щодо просування іміджу соціального та асоціативного туризму, в координації дій у регіональному, національному, європейському та міжнародному масштабах, у спільному і скоординованому розвитку соціального туризму, у протистоянні ризикам.

Варто зазначити, що державне регулювання важливе у всіх сферах діяльності, у тому числі в туризмі. Успішний розвиток туристичного бізнесу в Україні залежить від ефективності методів державного регулювання. Державою має бути розроблений та діяти єдиний національний механізм, що забезпечує координацію туристичної політики на загальнодержавному і регіональному рівнях.

Отже, підбиваючи підсумок аналізу системи управління туризмом в Україні й у Франції, можна дійти до висновку про необхідність удосконалення української системи управління туризмом.

РОЗДІЛ 2.
АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Тенденції розвитку туристичної галузі України

Із прийняттям Верховною Радою України Закону України «Про туризм» розпочався новий етап відродження та розвитку українського туризму. Ст. 4 ЗУ «Про туризм» визначає такі організаційні форми туризму як міжнародний і внутрішній. До міжнародного належать в'їзний туризм та виїзний. Внутрішній туризм означає подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Практика та традиції міжнародного туризму в Україні (як складової колишнього СРСР) започатковані ще за часів радянської влади у 30-ті рр. минулого стліття. 11 квітня 1929 р. було створено Державне акціонерне товариство з іноземного туризму в СРСР. У 1933 р. Президія ЦВК СРСР прийняла спеціальну постанову про злиття ДАТ «Інтурист» і Всесоюзного акціонерного товариства «Готель» та утворення на їх базі Всесоюзного акціонерного товариства з іноземного туризму в СРСР – ВАТ «Інтурист», який мав на території колишнього Союзу майже 100 відділень і агентств, а також співпрацював з понад 700 турфірмами у більше ніж 100 країнах світу [19, с. 13-14].

Реалії часу змушують Україну шукати свого місця у світовій туристичній індустрії. Керівництво Державної туристичної адміністрації України бачить майбутнє галузі в розвиткові транспортних коридорів та туристичної інфраструктури. Ще одне зі важливих питань – контроль за якістю туристичних послуг, що надаються клієнтові.

Отже, про туризм в Україні серйозно заговорили, проголосивши його пріоритетним напрямом української економіки, а це дуже важливо для розвитку галузі

Динаміка туристичних потоків за 2016-2021 рр. характеризується такими показниками (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка туристичних потоків в Україні в 2016-2021 рр.*

Роки	Виїзний туристичний потік			Вїзний туристичний потік			Сальдо туристичних потоків
	млн. осіб	приріст, млн.	темп приросту, %	млн. осіб	приріст, млн.	темп приросту, %	
2016	15,49	0,7	4,7%	15,63	3,12	24,9%	0,14
2017	16,45	0,96	6,2%	17,63	2	12,8%	1,18
2018	16,88	0,43	2,6%	18,94	1,31	7,4%	2,06
2019	17,33	0,45	2,7%	23,1	4,16	22,0%	5,77
2020	15,49	-1,84	-10,6%	25,4	2,3	10,0%	9,91
2021	15,33	-0,16	-1,0%	20,7	-4,7	-18,5%	5,37

**Джерело: складено автором за даними [28; 49].*

Оцінка динаміки туристичних потоків (табл. 2.1.) свідчить про те, що протягом 2016-2021 рр. мали місце позитивні тенденції щодо розвитку туризму в Україні, а саме – спостерігалось більш стрімке зростання вїзного туристичного потоку на фоні повільного приросту виїзного туризму, що поступово призвело до створення позитивного сальдо туристичних потоків в 2019 р. Усього ж, протягом аналізованого періоду виїзний туристичний потік збільшився з 15,49 млн. осіб у 2016 р. до 17,33 млн. осіб у 2019 р., тоді як за цей же період вїзний туристичний потік зріс із 15,63 млн. осіб у 2016 р. до 25,4 млн. осіб у 2020 р.

У непростих умовах перехідного періоду український туризм із року в рік працював динамічно та прибутково, нарощувалися обсяги продажу туристичних товарів і послуг, що підвищувало якість та культуру обслуговування. Згідно з оцінками Національної туристичної організації України продукти та послуги, пов'язані з діяльністю туристичної галузі, становлять близько 10% валового національного продукту, а за загальними оцінками, близько 15% робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях [49]. Упродовж останніх років спостерігається прогресивна динаміка як за кількістю туристів, так і за надходженнями від цієї сфери (табл. 2.2).

Розвиток туристичної сфери України впродовж останніх років

характеризується позитивною динамікою: зростають обсяги в'їзного (іноземного) та виїзного туризму, підвищується ефективність господарської діяльності підприємств та продуктивність праці. До кризового періоду 2020 р. туризм був однією з найперспективніших галузей економіки України. Наразі, коронавірусні обмеження та воєнний стан з росією внесли негативні корективи в діяльність галузі, але в перспективі, туристична індустрія має всі шанси відновити свою діяльність. Водночас питомі величини туристичної діяльності потребують досконалого організаційного та нормативно-законодавчого забезпечення, тим більше, що така сфера економічної діяльності тісно пов'язана з багатьма галузями економіки.

Створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, комплексний підхід до розвитку туризму й курортів на регіональному рівні, підтримка розвитку малого та середнього бізнесу в туристичній галузі зумовили неухильне зростання кількості туристів й обсягів наданих їм послуг.

Позитивні досягнення у сфері розвитку туризму в Україні сьогодні підтримують на всіх рівнях управління, про що свідчать позитивні темпи розвитку. Так, упровадження безвізового режиму в'їзду на територію України жителів Євросоюзу й безтермінового безвізового режиму відвідування України для громадян Євросоюзу і Швейцарії з 1 вересня 2005 р., спрощення візового режиму для певних категорій мешканців інших країн сприяють нарощуванню потоків іноземних туристів до нашої країни.

Водночас у туристичній галузі України лишається нерозв'язані ряд проблем. Зокрема, за загальною кількістю відвідань країна поступається іншим країнам, зберігаються помітні регіональні диспропорції у розвитку туризму. Досі рекреаційно-туристичний потенціал більшості областей України використовується недостатньо. Серед інших проблем – повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму; відсутність відповідних об'єктів для розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості; невідповідність значної частини туристичних закладів

міжнародним стандартам; недостатній розвиток туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних шляхів та міжнародних транспортних коридорів; неузгодженість питань щодо використання рекреаційних ресурсів та їх збереження.

Отже, можна стверджувати, що в результаті активної державної політики та узгоджених дій усіх органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, сприйняття міжнародного туризму як засобу інтеграції у світовий та європейський простір, а також як форми розвитку інтеграційних комунікацій туризм стане потужною індустрією. Надалі поступальність і інтенсивність розвитку буде залежати від комплексної та планомірної реалізації стратегії підтримки позитивного іміджу України, створення конкурентоспроможного українського турпродукту, його розгорнутої реклами на внутрішньому та зовнішньому ринках, впровадження інновацій, залучення інвестицій, ефективності впровадження комплексного підходу до розвитку туризму.

2.2. Порівняльна характеристика розвитку соціального туризму в Україні та Європі

Необхідність розгляду історії розвитку соціального туризму і її позитивних тенденцій для сучасного розвитку соціального туризму в Україні очевидні. Для того, щоб удосконалювати модель розвитку соціального туризму в сучасних ринкових умовах необхідно проаналізувати, вивчити й узяти до уваги той досвід управління і функціонування соціального туризму, який існував десятиліттями в радянський період. Водночас необхідно проаналізувати зарубіжний досвід розвитку соціального туризму і врахувати ті його позитивні моменти, які можна адаптувати до нашої держави.

Розгляд історії розвитку соціального туризму слід почати з СРСР, оскільки державно-регульований і організований початок він належало саме

в Радянському Союзі в 1920 році. У Радянському Союзі історично переважав соціальний туризм, в розвитку якого можна виділити декілька етапів.

Перший етап (1920-1936 рр.) характеризується створенням соціально-економічних умов, зародженням і організаційним становленням екскурсійного і туристичного руху. В умовах відновлення і реконструкції народного господарства розгортання культурної революції створюються перші установи пролетарського туризму, покликані активізувати масовий відпочинок трудящих, задовольняти їх потреби в пізнанні культурних цінностей і природи Батьківщини. У екскурсії, поїздки і подорожі залучаються тисячі трудівників. Створене до Жовтневої революції «Російське товариство туристів», що проіснувало до 1928 р., реорганізується в Товариство пролетарського туризму. За короткий строк діяльності (1928-1930 рр.) воно зуміло об'єднати до 75 тис. людей. Відповідно до програми товариство висувало перед його членами не тільки завдання знайомства з країною з метою самоосвіти, розвитку етичних і фізичних якостей, кращого використання можливостей відпочинку, а й активної участі в соціалістичному будівництві, наданні допомоги відсталим народам в освоєнні культурної спадщини, проведенні дослідницької роботи з виявленню природних богатств.

У 1930 р. відбулося об'єднання Товариства пролетарського туризму з Акціонерним товариством «Радянський турист», організованим раніше на базі екскурсійних організацій Наркомпроса, НКВД, ВСНХ, краєвих виконкомів і інших державних установ. Об'єднання здійснювалося з метою ліквідації тенденції перетворення туризму в чисто комерційну організацію, що почало помітно виявлятися в діяльності АТ «Радянський турист».

У результаті злиття двох організацій створюється Всесоюзне добровільне товариство пролетарського туризму і екскурсій. Серед основних його завдань були: розвиток масовості туристичного руху, поєднання виховної та ідеологічної роботи з організацією культурного відпочинку, етичний і фізичний розвиток особистості.

Другий етап розвитку туризму (1936-1969 рр.) характеризується впровадженням нових організаційних форм управління. Проходить відновлення створених туристично-екскурсійних підприємств, об'єктів культурного і екскурсійного показу. Розвиток туризму в цей період був тісно пов'язаний з діяльністю трудових колективів, їх профспілок. Туризм виконував не тільки оздоровчі й освітні функції, а й виховні. Соціальні програми включали: заходи, приурочені до святкування знаменних дат у житті партії, держав, народів, прогресивних об'єднань трудящих і молоді; поїзди, круїзи дружби, що включає неформальне спілкування, обмін досвідом роботи, обміни групами і робочими делегаціями між містами-побратимами й областями, участь у фестивалях, днях і тижнях солідарності і дружби, поїздки по тематичних маршрутах тощо.

Третій етап (1970-ті – середина 80-х рр. XX ст.) характеризується переважно екстенсивним розвитком внутрішньоспілкового та іноземного туризму в СРСР, а також подальшими змінами в структурі управління. Важливу роль у вдосконаленні організації та управління туризмом і екскурсіями в країні зіграло виконання постанов ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР і ВЦСПС «Про заходи щодо подальшого розвитку туризму й екскурсій у країні» (1969 р.) і «Про подальший розвиток і вдосконалення туристично-екскурсійної справи в країні» (1980 р.).

Відомо, що основна роль в організації туризму і екскурсій в СРСР належала радянським профспілкам. Вони наголошували на зростаючому соціальному значення туризму, на його ролі в організації відпочинку, зміцненні здоров'я населення, оскільки туризм, на думку олідерів профспілок, здійснює великий вплив на людину, соціальні процеси, що відбуваються в суспільстві, на участь в них широких мас. На з'їздах профспілок СРСР підкреслювалася необхідність і далі розвивати туристично-екскурсійну справу в країні, як важливий засіб виховання трудящих і зміцнення їх здоров'я, підвищувати рівень обслуговування туристів, удосконалювати види і форми послуг, що надаються.

Провідним органом у системі туристично-екскурсійної діяльності радянських профспілок була Центральна рада з туризму і екскурсій ВЦСПС.

У цілому ж, аналізуючи розвиток внутрішнього й іноземного туризму в СРСР, слід зазначити, що крім позитивних моментів мав місце й ряд значних недоліків. Так, для розвитку галузі мало використовувалися особисті заощадження населення, надходження від членства в добровільних товариствах і турклубах, від кооперативної діяльності. У практичній роботі установ, зайнятих обслуговуванням туристів і екскурсантів, переважало прагнення виконати планові показники за рахунок послуг розміщення, харчування, транспорту. Тобто, інвестиційна політика була спрямована перш за все на нарощування матеріально-технічної бази, що викликало суперечності та стримувало реалізацію найважливіших соціальних функцій.

Не були вирішені юридичні й економічні проблеми рекреаційного природокористування. Розвиток систем водопостачання, каналізації, утилізації відходів, а також устаткування парків, пляжів і інших місць дозвілля майже повсюдно істотно відставали від зростання чисельності туристів, екскурсантів і відпочиваючих. Вирішення цих завдань стримувала відсутність комплексного планування складного господарського і соціального життя районів, міст і селищ, де розміщувалася велика кількість туристичних об'єктів.

Для розгляду розвитку соціального туризму за кордоном, ми звернулися до досвіду Франції в цій галузі, оскільки ця країна посідає лідируюче місце у світі з розвитку соціального туризму. Саме тут соціальний туризм, починаючи з його зародження і до сьогодні, залишається найбільш розвинутим порівняно з іншими західноєвропейськими країнами.

Зародження соціального туризму у Франції почалося пізніше, ніж у Радянському Союзі, в 1930-ті рр. XX ст. До цього періоду туризм був привілеєм тільки високозабезпеченої частини населення. У 1936 р. до влади прийшов соціалістичний уряд, який уперше ухвалив закон про оплачувані відпустки для всіх працівників протягом 15 днів на рік. Але навіть цей закон

не дозволив працівникам подорожувати та відпочивати, оскільки не була розвинута інфраструктура, здатна прийняти велику кількість людей. До того ж грошові суми, що виділялися працівникам на відпочинок, були надзвичайно низькі. Проте ухвалений закон дав перший поштовх до масового розвитку туризму й відпочинку. Почали створюватися ассоціації, з'явилися перші волонтери.

Бурхливий розвиток асоціацій соціального туризму припадає на 50-ті рр. XX ст. Держава розпочала активну фінансову допомогу асоціаціям, оскільки була зацікавлена в розвитку туризму в країні. У Франції в цей період відбулася зміна пріоритетів економічного розвитку, і політика держави була спрямована на переорієнтацію використання сільськогосподарських територій. Тому в рамках такої державної політики комуни, департаменти, регіони теж допомагали асоціаціям, унаслідок чого в період 1950–1970-х рр. було побудовано величезну кількість туристичних центрів.

Що стосується соціальної державної політики Франції в галузі туризму, спрямованої на розвиток попиту в цій області, то в 1946 р. вперше були випущені залізничні квитки «оплачуваних відпусток», що дають знижку в 30% для людей, що відправляються у відпустку поїздом. На цей самий період припадає впровадження «відпускних бонн», що передбачають державну допомогу малозабезпеченим категоріям населення.

Велику увагу розвитку соціального туризму приділяє Уряд Франції,. Державна політика Франції в галузі соціального туризму спрямована на державну підтримку населення. Державна підтримка населення здійснюється такими установами: Каса сімейних дотацій, Національне агентство відпускних чеків, «Солідарна стипендія на відпочинок». Види державної допомоги охоплюють дотацію, зниження ціни, спеціальний тариф.

Приладом державної підтримки галузі соціального туризму у Франції є солідарна стипендія на відпочинок (BSV) – це допомога бідним верствам населення, які ніколи в житті нікуди не їздили. За ініціативою державного секретаріату з туризму було створенено договір солідарності великих

підприємств щодо розташування, транспортних організацій, підприємств громадського харчування. Підприємства надавали путівки на відпочинок в міжсезонний період за ціною нижчою за собівартість. Основний принцип полягає в тому, що на один і той самий курорт не скеровується більше ніж дві людини з одного підприємства.

На сьогодні BSV є найбільш популярною формою державної підтримки соціального туризму у Франції.

На сучасному етапі розвитку України в умовах переходу до ринкової економіки перетворення, що відбуваються, глибоко відобразилися на функціонуванні всіх галузей народного господарства. Діяльність підприємств сфери туризму сьогодні здійснюється в украй складній соціально-економічній ситуації. Наприклад, різке зменшення можливості підприємств дотувати санаторне лікування понизили у декілька разів обсяг надання рекреаційних послуг.

Об'єктивний аналіз дає змогу зробити висновок, що стихійний розвиток туризму в Україні за декілька «перехідних років» не тільки не дає вигод нікому, крім підприємців, а й завдає шкоди суспільству, оскільки валюта йде за кордон, вітчизняний турпродукт не сформований і руйнується, нові робочі місця створюються лише на підприємствах, що обслуговують мандрівників, які виїжджають.

Не реалізується не тільки цільова функція туризму – відтворення біосоціального потенціалу людини, а й економічні функції туризму в національному і регіональному масштабах, пов'язані зі зменшенням доступності туристичних послуг для більшої частини населення.

Більшість туристичних організацій у процесі приватизації перетворилися на чисто комерційні підприємства, для яких головний орієнтир діяльності – прибуток. У результаті роль туризму, обсяг його послуг за роки реформи значно впали. На Україну в цей час припадає менше 1% від світової туристичної продукції. Погіршується матеріальна база туризму, понад 80% її потребує капітального ремонту й модернізації.

На сьогодні більше 10 тис туристичних об'єктів соціального туризму, що забезпечували раніше послуги для широких верств населення в Україні, фактично припинили свою діяльність, оскільки туроператори, які раніше завантажували цю матеріальну базу, почали направляти українських громадян за кордон [49].

Також уваги вимагає організація відпочинку дітей, молоді. Ця група населення становить найбільш масовий і найбільш активний контингент потенційних туристів. Але цей потенціал у наш час фактично не реалізується у зв'язку з його надто низькою матеріальною забезпеченістю і відсутністю активної державної підтримки.

Спеціалізація форм соціального туризму вимагає забезпечення потреби у відпочинку малозабезпечених і соціально незахищених груп населення, особливо в сучасних умовах переходу до ринкової економіки.

Відродження й розвиток соціального туризму – необхідна умова виходу внутрішнього туризму як галузі ринкової економіки з кризового стану. Щоб збільшити попит на турпослуги, необхідно знову зробити туризм масовим, загальнодоступним.

У зв'язку з викладеними тенденціями розвитку соціального туризму в Україні, на сьогодні є досить актуальними основні проблеми розвитку соціального туризму за кордоном і шляхи їх розв'язання.

Відзначимо, що надання малозабезпеченим категоріям громадян дотацій на відпочинок розвинуті не в усіх країнах Європи. У Німеччині соціальний туризм головним чином фінансується релігійними та благодійними асоціаціями.

У Бельгії сфера соціального туризму добре розвинута для малозабезпеченого населення країни. Фонд грошових накопичень на відпочинок, передбачає для працівників, оплату відпочинку, яку повністю здійснює працедавець. Допомога з цього фонду надавалася не всім малозабезпеченим, а тільки зовсім неплатоспроможним.

В Іспанії стимулювання поїздок на відпочинок, здійснюване у вигляді субсидій, започатковано в 1980 рр. Соціальна політика в туризмі була спрямована на літніх людей, на розвиток туризму молоді та інвалідів.

В Італії соціальна політика в туризмі проводиться регіональними органами влади і підтримується профспілковим рухом. Соціальна політика спрямована на забезпечення відпочинку малозабезпечених верств населення та платоспроможних.

Що стосується Португалії, то соціальний туризм здійснюється у вигляді адресної допомоги людям, рівень доходів яких нижчий за середній класу. Також розвивається допомога молоді.

У Швейцарії початком розвитку соціального туризму стало створення системи відпускних чеків, якою займається швейцарська каса подорожей REKA. У 1940 р. була вироблена перша емісія у вигляді марок і лише в серпні 1968 р. вони були замінені чеками. Федерація туризму Швейцарії припускала, перш за все, створення швейцарської каси заощаджень для подорожей.

Сьогодні REKA має оборот у 300 млн швейцарських франків, надає безкоштовні канікули щорічно майже для 600 сімей і знижки від 10 до 50% на розміщення під час відпусток для сімей із низькими доходами. REKA також має у своєму розпорядженні соціальну установу «Fondation du Jubile», яка надає допомогу в організації відпочинку більш, ніж для 1000 осіб загальним обсягом у 9500 відпускних днів. REKA щорічно розміщує близько 80 000 осіб у Швейцарії в цілому на 700 000 відпускних днів, і 25 000 чоловік за кордоном на 200 000 відпускних днів.

Ця установа виконує потрійну функцію: емісія чеків REKA, розвиток сімейного відпочинку й інформаційне забезпечення туризму всередині країни [60].

Провідну роль в організації соціального туризму в Європі відіграє Міжнародне бюро по соціальному туризму (BITS). Практична діяльність цього бюро проводиться в спеціалізованих комітетах і полягає у вивченні

економічних, культурних і інших аспектів соціального туризму, зокрема, молодіжного і для літніх людей. Воно вивчає також питання, пов'язані з сезонністю туризму, з розвитком масових, недорогих форм розміщення.

Важлива роль у галузі соціального туризму належить також діяльності європейських фондів.

Велику увагу у світі приділено розвитку молодіжного туризму. Існує декілька міжнародних організацій, що займаються сферою юнацького туризму, що передбачає істотні пільги для його учасників. Серед таких організацій можна виділити такі:

1) асоціація «Європоїзд», що сприяє встановленню системи знижок для молодіжних туристичних залізничних поїздок по Європі шляхом підготовки відповідних угод з адміністраціями європейських залізниць;

2) асоціація студентського авіатуризму, що організує спеціальні чартерні авіарейси для студентів;

3) міжнародна асоціація зі студентського туризму, що розробляє і пропонує широкий спектр освітніх, соціальних і культурних програм з організації подорожей і туризму для студентської молоді і школярів, також просуває інтереси, ідеї і погляди молоді.

4) Наприклад, у структурі Міжнародної асоціації авіаперевізників поширюються авіаквитки по тарифах ISIC/FIYTO. Власники пільгових квитків мають ряд безперечних переваг перед звичайними авіапасажирами. Наприклад, навіть якщо до вильоту літака залишилася година, то володар квитка за цим тарифом все одно зберігає право на пільгу в той час, як решта пасажирів повинна викупити квиток мінімум за три дні до вильоту.

Міжнародна федерація молодіжних гуртожитків, що займається наданням гуртожитків, як засоби розміщення подорожуючої молоді без відмінностей у расі, релігії, національності і суспільному положенні. Ця організація субсидує будівництво і реконструкцію молодіжних гуртожитків в країнах, що розвиваються, а також робить вплив на політику цін національних федерацій-членів.

Федерація міжнародних молодіжних туристичних організацій займається програмами обміну молодіжних груп спеціальними програмами, що передбачають використання певних преференцій для молоді, яка подорожує.

Отже, соціальний туризм, незалежно від його походження, мотивації і розвитку, є величезним важелем для розвитку туризму в цілому. Чисто економічна динаміка туризму, яка примушує комерційний сектор знаходитися в постійній конкуренції, не має у майбутньому туризму, який забезпечував би соціальну єдність».

Таким чином, соціальний туризм в Україні сьогодні виходить на новий етап розвитку в умовах ринкової економіки, де необхідно поєднувати застосування зарубіжного досвіду з особливостями вітчизняного розвитку.

2.3. Фінансово-економічні аспекти діяльності соціального туризму в Україні

Важливим моментом діяльності соціального туризму в Україні є питання джерел фінансування. Для розгляду даного питання варто проаналізувати основні макропоказники економічного і соціального розвитку України у 2020-2022 рр. та прогноз на 2023 р.

Отже, в країні загалом створено позитивне середовище для розвитку соціального туризму. Але при розрахунку на видатки у туристичну сферу варто зробити поправку на існуючий курс долара до гривні.

Для розгляду питання щодо показників, що використовуються для вимірювання фінансової активності у соціальному туризмі нами пропонується використовувати поняття «соціальна туристична рента». Вона, згідно Закону України «Про туризм», є соціально-економічним механізмом реалізації туристичної діяльності.

Соціальна туристична рента утворюється за допомогою господарського використання унікальних, кращих і середніх за якістю туристичних ресурсів і при наданні туристичних послуг соціального характеру – шляхом перетворення податку на додану вартість, що не підлягає оподаткуванню, на соціальний туристичний продукт, джерело самофінансування соціального туризму. Вона розподіляється на підставі укладення рентного договору в таких співвідношеннях:

– 50% – організаціям соціального туризму;

– 40% – державним і регіональним органам виконавчої влади або органам місцевого самоврядування;

10% – органу управління в соціальному туризмі [10].

Проте, крім соціальної туристичної ренти, можна використовувати також і інші джерела фінансування та матеріальної підтримки, такі як кошти від туристичної й іншій діяльності організацій соціального туризму, від використання нематеріальних активів соціального туризму; доходи, що отримуються з відсотків від пільгових кредитів, що надаються суб'єктам малого підприємництва в соціальному туризмі; добровільні внески юридичних і фізичних осіб, кошти держави тощо.

Альтернативним джерелом системи фінансування замість соціальної туристичної ренти може бути механізм пільг, субсидій і преференцій, зокрема, дозвіл підприємствам включати в собівартість продукції витрати на соціальний туризм своїх працівників. Передбачається також можливість здійснення відрахувань з деяких фондів на субсидії соціальному туризму (0,8 % – з пенсійного фонду; 0,1% – з фонду соціального страхування; 0,05% – з фонду медичного страхування; 0,02% – з фонду зайнятості), а також створення фондів підтримки соціального туризму [7; 10].

Така система формування джерел фінансування і матеріальної підтримки сфери соціального туризму є прийнятнішою, оскільки визначається державою на основі встановленого постійного відрахування відсотків з різних фондів. Можливо, така система надійніша, ніж

упровадження соціальної туристичної ренти як основи фінансування соціального туризму.

Що стосується типових документів первинного обліку, то вони залежно від обраної схеми фінансування можуть бути різними. У першому випадку пропонується впровадити п'ять основних документів:

1) відривний талон, який застосовує, що його власник є учасником соціального туризму і підпадає під дію пільг, передбачених законом;

2) відпускний чек, що є платіжним засобом, який надається учаснику соціального туризму на виплати і за ціною, нижчою за фактичну вартість вказаних у чеку послуг;

3) членська карта – квиток учасника громадських об'єднань туризму, що є постійними членами Національного бюро соціального туризму;

4) маршрутний лист – основний шляховий документ туристичної групи, яка здійснює некатегорійний похід, що при реєстрації в Національному бюро соціального туризму слугує підставою для пільг;

5) маршрутна книжка – основний шляховий документ групи, яка здійснює туристичний похід, з вказівкою категорії складності маршруту і що передбачає пільги при її реєстрації в Національному бюро соціального туризму.

У другому варіанті передбачена менша кількість типових документів первинного обліку: туристична путівка, яка є платіжним засобом і засвідчує, що її володар є учасником соціального туризму і підпадає під дію пільг, та відривний талон з вказівкою пільгових послуг, що надаються [7].

На нашу думку, документи, наведені в другому варіанті, є достатніми і можуть бути також використані для туристичних груп замість маршрутного листа і маршрутної книжки.

Наступним етапом є детальне визначення осіб, які потребують соціального захисту. Зокрема, крім дітей, сиріт, які вчаться, студентів, молодих людей, що працюють, сімей з низьким доходом, ветеранів,

пенсіонерів, інвалідів, це також працівники сфери соціального туризму, інші соціально незахищені категорії населення.

Далі необхідно визначити права та обов'язки соціального туриста й організаторів соціального туризму, доповнені положенням, що враховують специфіку соціального туризму. Зокрема, передбачено отримання соціальної туристичної путівки із знижкою 30-70% від її вартості, знижок на транспортне й екскурсійне обслуговування осіб, які їдуть до місць відпочинку по соціальній путівці, а також безкоштовне медичне страхування на період дії соціальної туристичної путівки. У права організаторів соціального туризму входить отримання пільг і компенсацій за послуги, надані соціальним туристам.

Наступним важливим пунктом є визначення основних видів соціального туризму. Тут виділяються дитячо-юнацький, самодіяльний, екологічний туризм, сімейні подорожі, туризм інвалідів і ветеранів. Проте ця класифікація не є повною і потребує доопрацювання, оскільки тут змішані види туризму за цілями і категоріями громадян.

Соціальний туризм може бути й інших видів. Головною відмінністю соціального туризму від комерційного є джерела його фінансування, а не якість обслуговування, його зміст і види.

Негативним моментом, на нашу думку, є пропозиція про створення недержавних освітніх і наукових установ туризму, що вимагає значних витрат.

Визнання пріоритетності сфери соціального туризму дає змогу реалізовувати права громадян на відпочинок і свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, сприятливе навколишнє середовище, користування установами культури та доступ до природної й культурної спадщини, на освіту, на вільне отримання інформації і соціальний захист.

У обох проектах однаково відображені пункти за законодавством у галузі соціального туризму, у тому числі щодо державної гарантії прав громадян, міжнародних зв'язків.

Соціальний турист повинен отримувати гідне туристичне обслуговування, що задовольняє потреби громадян у відпочинку. Не можна ділити туризм на туризм для багатих і бідних. Адже концепція соціального туризму у всьому світі полягає в соціальному єднанні громадян усіх верств населення.

Соціальний туризм у всьому світі означає туризм для всіх, а не тільки для малозабезпечених. Такої концепції повинна дотримуватися й Україна оскільки вона входять у світову спільноту і дотримується міжнародного законодавства. У соціального туризму є свої переваги, які спонукають і досить забезпечених громадян брати участь у ньому. Наприклад, у Франції соціальний туризм асоціюється з національним, внутрішнім і спрямований переважно на сімейний і масовий відпочинок. Комерційний туризм займається міжнародним туризмом і обслуговує індивідуалів.

Таким чином, залежно від мети поїздки матеріально забезпечені громадяни беруть участь або в соціальному, або в комерційному туризмі. Тоді змінюється й імідж соціального туризму як повноправного і гідного. Різниця лише в тому, що для певних категорій громадян встановлені знижки залежно від їх доходів, але ця інформація конфіденційна й у туристів, які одержують дотацію або знижку, такі самі путівки, як у туристів, що повністю оплатили свій відпочинок. Тому соціальні туристи відчувають себе повноправно і не обмежені у відпочинку, оскільки отримують такий самий набір послуг і якість відпочинку, як і всі. Цей аспект соціального туризму доцільно називати соціальною політикою в галузі туризму.

РОЗДІЛ 3.
ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Формування нормативно-правового середовища для розвитку соціального туризму в Україні

Наведений у першому розділі аналіз, у ході якого визначено роль і значення соціального туризму для людини, а також окресленоосновні проблеми, з якими зіткнулася Україні на сучасному етапі, підтверджує актуальність цього питання. На сьогодні в Україні відбувається активізація національного правового режиму в соціальній сфері: розробляються нові закони, вносяться корективи в чинні нормативно-правові акти з урахуванням міжнародних стандартів.

Специфіка туристичного бізнесу полягає в комплектації турпродукту з різних видів сервісу – транспорту, харчування, розміщення. Звідси велика кількість правових і нормативних документів, що регулюють туристичну діяльність. Наприклад, адміністративним законодавством регламентується питання одержання в'їздних віз, валютним законодавством – форма розрахунків, митним – порядок пропуску через кордон задекларованих товарів. Є нормативні акти Держстандарту України про сертифікацію туристичних послуг, акти державних антимонопольних органів про застосування до туристичних послуг законодавства у сфері прав споживачів тощо.

Основні документи нормативно-правової бази туризму: Конституція України [1]; Закон України «Про туризм» [2]; Закон України «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності» [3]; Господарський кодекс України [4], Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму» [5], Постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок продовження строку перебування

та продовження або скорочення строку тимчасового перебування іноземців та осіб без громадянства на території України» [6], Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні» [7], Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [9], Наказ Державної туристичної адміністрації України та Державного комітету статистики України «Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності» [10], Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Правил користування готелями і надання готельних послуг в Україні» [11].

Отже, згідно Закону України «Про ліцензування окремих видів господарської діяльності» [3], діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг, підлягає ліцензуванню.

При ліцензуванні в туристичній діяльності слід керуватися ст. 17 Закону України «Про туризм» з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування [2].

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність без отримання ліцензії на турагентську діяльність. Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова «туроператор» і «турагент» без отримання ним ліцензії на здійснення, відповідно, туроператорської чи турагентської діяльності. Ліцензуванню підлягають такі види туристичної діяльності: організація іноземного туризму; організація внутрішнього туризму; організація закордонного туризму; екскурсійна діяльність [3].

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності спрямована на: захист інтересів споживачів і держави з питань безпеки туризму, життя і здоров'я громадян, охорони майна та довкілля; класифікацію туристичних ресурсів України, забезпечення їх охорони; підвищення якості товарів, робіт, послуг відповідно до потреб споживачів; створення нормативної бази функціонування систем стандартизації і сертифікації товарів, робіт, послуг тощо.

Сертифікація товарів, робіт, послуг у сфері туристичної діяльності здійснюється з метою: запобігання реалізації товарів, робіт, послуг, небезпечних для життя, здоров'я людей, майна і довкілля; забезпечення дотримання обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки; гармонізації стандартів, норм і правил з міжнародними стандартами, рекомендаціями, нормами і правилами, що стосуються вимог до об'єктів відвідування і туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів, якості і видів туристичних послуг тощо.

Перелік туристичних послуг, що підлягають обов'язковій сертифікації стосовно безпеки життя та здоров'я людей, захисту їх майна та охорони довкілля, порядок проведення сертифікації послуг у сфері туристичної діяльності визначаються Кабінетом Міністрів України відповідно до закону. Підтвердження відповідності туристичних послуг здійснюється в установленому порядку.

Державне регулювання туристичної діяльності передбачає розробку нормативно-правових актів, спрямованих на вдосконалення відносин у сфері туристичної індустрії. Ця теза відкриває можливість створення проєкту закону «Про соціальний туризм».

Юридична конфліктність стала однією з домінант сучасного розвитку туристичної галузі в Україні, що перешкоджає стабілізації відносин у сфері туризму, а також не сприяє успішному вирішенню економічних, політичних,

соціальних та інших завдань, що стоять перед галуззю. Тому стримується формування сучасного законодавства у сфері туризму, слабко реалізуються закони й інші правові акти.

Нами пропонується розглянути такі принципи розробки сучасного законодавства в галузі туризму: воно має враховувати глибинні процеси розвитку суспільства й економіки; законодавство в області не повинне включати закони-декларації; принцип історизму є основоположним для всієї правотворчої діяльності в галузі туризму; необхідно уникати бездумного запозичення іноземних правових інститутів; стабільність, передбаченість і реальність законодавства про туризм може бути досягнута за умови участі в його розробці на паритетних основах як кваліфікованих юристів, так і провідних фахівців (учених і практиків) туристичної галузі.

На нашу думку, нормативно-правові акти з питань регулювання сфери туризму слід розділити на чотири групи:

- Конституція України;
- законодавство України про туризм загальної дії;
- спеціальне законодавство України про туризм;
- міжнародно-правові акти у сфері туризму.

До першої групи належить Конституція України, що є основою законодавства про туризм, норми якої регламентують найважливіші відносини у сфері туризму. Другу групу становить законодавство, яке регулює як туристичні, так і інші суспільні відносини, тобто так зване законодавство загальної дії, та створює умови для реалізації людиною і громадянином права на свободу пересування, відпочинок та інших суміжних прав і свобод у туристичних подорожах. До третьої групи віднесено спеціальне законодавство України про туризм, що охоплює Закон України «Про туризм», постанови Верховної Ради України з питань туризму, укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України щодо туризму, відомчі акти державних компетентних органів з питань туризму. За роки існування туризму міжнародним співтовариством були напрацьовані

принципи й норми, що регулюють питання у сфері туризму. Це й зумовило необхідність виділити норми міжнародного права в окрему групу – четверту, яка включає в себе: міжнародні договори (двосторонні) України у сфері туризму; міжнародні конвенції, що регламентують порядок надання турпослуг, здійснення туристичних формальностей; рішення міжнародних недержавних організацій з питань туризму тощо.

За результатами аналізу нормативно-правових актів, що регламентують відносини у сфері туризму та становлять систему законодавства України про туризм, встановлено їх низький стимулювальний потенціал. Доведено, що ефективне законодавче регулювання відносин в окресленій сфері, можливе лише тоді, коли в ньому визначальною формою стане законодавчий кодифікований акт. Тому, доцільно систематизувати законодавство про туризм шляхом кодифікації: створення туристичного кодексу.

Отже, у межах проведеного нами дослідження запропоновано, при визначенні принципів управління сферою соціального туризму, все керівництво цією сферою покласти на незалежну від органів державного управління координаційну громадську установу з туризму – Національне бюро соціального туризму. В регіонах створюються, відповідно, регіональні бюро соціального туризму, які взаємодіють з Національним бюро і перебувають під його контролем. До компетенції Національного бюро соціального туризму входить не тільки розробка і координація всієї політики в цій галузі, а й ухвалення основних документів, сертифікація соціального туристичного продукту і ліцензування туристичної діяльності, що, на наш погляд, є атрибутами державного регулювання.

Органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування в галузі соціального туризму при реалізації цільових програм і впровадженні громадських нормативів і стандартів повинні взаємодіяти з органом управління із соціального туризму і з його територіальними органами управління. А тому, функції управління соціальним туризмом і функції державного регулювання слід розмежувати.

3.2. Удосконалення механізму державного регулювання соціального туризму

Проаналізувавши стан розвитку індустрії туризму в Україні можна зробити висновок, що після розпаду СРСР активно розвивається тільки виїзний туризм у зв'язку із закритістю кордонів. Національна туристична пропозиція, що існувала в радянський період, зруйнована, а нова – ще не повністю сформована. Внаслідок цього туризм практично не приносить дохід державі, оскільки валюта витікає за кордон. У такій ситуації необхідно розвивати внутрішній туризм, відновлювати туристичну інфраструктуру України, виготовляти якісний туристичний продукт та надавати якісні туристичні послуги.

Розглядаючи організаційний параметр туристичного продукту, можна стверджувати, що раніше політика в туризмі діяла таким чином: «держава – туристичні підприємства – людина».

Держава виконувала роль основного платника за відпочинок населення і пропонувала працівникам кожного конкретного підприємства, організації, установи путівки в певні туристичні центри. Взаємодія була організована по вертикальній схемі. В період ринкової економіки відбувся розрив між ланками цієї системи і схема була зруйнована, оскільки держава перестала відігравати провідну роль у цій сфері. На наш погляд, для успішного функціонування соціального туризму, доцільно перетворити цю схему на таку: «туристичне підприємство – держава – людина». Держава тоді виконуватиме основну регуляторну і контрольну роль між попитом і пропозицією соціального туризму, тобто між туристичними організаціями, підприємствами та людиною.

Другий параметр – якісний – відповідає на питання: як і де людина хоче відпочивати, що людина чекає від поїздки, відпочинку, які характеристики вона вкладає в споживання турпродукту.

Важливою характеристикою також є ціннісний параметр турпродукту, що визначає роль туризму в життєдіяльності людини. У сучасний період населення неоднорідне, проте люди з різним рівнем доходу продовжують споживати турпродукт. Проте небагато осіб звертаються до послуг турфірм, готелів, підприємств санаторно-курортного комплексу, а реалізують свій відпочинок переважно самодіяльним способом.

На сьогодні відбулася комерціалізація туристичного сектора, і багато що залежить від рівня доходів населення. Але, на наш погляд, кожна людина повинна мати право відпочивати в гідних умовах незалежно від рівня її доходів. Не можна соціальному туристові (у колишньому розумінні цього терміна) надавати недопустимий рівень комфорту тільки через те, що він неплатоспроможний, а отже, не має права вимагати гідні умови відпочинку. Політика держави спрямована на створення умов, що забезпечують гідне життя людини. З цього випливає, що держава повинна проводити соціальну політику в комерційному секторі для громадян, які потребують цього.

В Україні на сучасному етапі туристичні підприємства в цілому функціонують на комерційній основі. Головне завдання усіх туристичних підприємств, які починають свою діяльність в умовах ринку, полягає в отриманні прибутку. Тому в цій ситуації доцільним є створення професійних об'єднань, які дадуть туристичним підприємствам змогу представляти їх інтереси в державних органах; використовувати синергетичний ефект (у рекламі, на виставках); спільно долати труднощі, просувати спільні проекти розвитку, розробити єдину класифікацію туристичних центрів за рівнем комфортності.

Державна соціальна політика має бути спрямована і на підтримку соціально незахищених категорій громадян, туристичних підприємств, що приймають відпускні чеки, проводять політику диференційованих цін відносно кожної категорії громадян. І на наш погляд, повинна виражатися в:

− зниженні податкового тягаря на загальну суму вартості путівок, що виділяються соціальним туристам;

- допомозі в оновленні матеріально-технічної бази;
- допомозі в реконструкції туристичних центрів для прийому інвалідів.

Стосовно пропозиції соціального туризму, то тут слід зауважии на тому, що, в основному даними видом діяльності може займатися комерційний сектор. Але він має бути орієнтований на малозабезпечений і середній клас, пропонуючи туристам готелі з двома/трьома зірками, комфортабельність і рівень цін яких відповідали б попиту.

Оскільки історично соціальний туризм в Україні реалізовувався через санаторно-курортний комплекс, а найпоширенішим видом соціального туризму на сьогодні є рекреаційний, тому важливо розглянути діяльність туристичних підприємств, що проводять свою діяльність саме в цій сфері. Санаторно-курортні підприємства в сучасних умовах змушені функціонувати на комерційній основі, що веде до зменшення частки соціального туризму. Через поступове позбавлення профспілок права управляти фондом соціального страхування і різке зменшення можливості підприємств дотувати санаторно-курортне лікування в декілька разів зменшився обсяг надання рекреаційних послуг на фоні різкого скорочення надання пільгових путівок населенню.

Скорочення ринку рекреаційних послуг, погіршення централізованого фінансування привели до зміни структури споживачів, збільшення частки осіб, що купують ці послуги за повну вартість. Хоча сьогодні через державні структури реалізуються соціальні путівки на підприємства санаторно-курортного комплексу, їх частка мала. Тому, можна стверджувати, що відродження і розвиток соціального туризму в Україні почнеться з відновлення систем санаторно-курортного комплексу.

Результати проведеного аналізу організаційної структури і нормативно-правової бази в галузі соціального туризму можна подати у вигляді програми заходів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Пропозиції щодо вдосконалення державного регулювання соціального туризму в Україні*

Основні напрями	Заходи з реалізації	Джерела фінансування
Правова діяльність	Прийняття закону «Про соціальний туризм». Прийняття закону «Про відпускні чеки». Розробка положень туристичного кодексу	Державний бюджет
Податкове законодавство	Податкові пільги підприємствам туристичного бізнесу, які проводять свою діяльність у рамках соціальних проектів держави	Державний бюджет
Система управління	Створення нових структур у системі управління туризмом. Залучення до системи управління соціальним туризмом різних міністерств	Державний бюджет
Соціальна політика	У рамках створення відділу із соціального туризму допомога соціальним категоріям громадян, підприємствам	З бюджета відпускних чеків
Впровадження системи відпускних чеків	Створення державного органу «Національне агентство відпускних чеків». Виділення державного довгострокового кредиту для впровадження системи. Організаційно-правова робота з роз'яснення умов роботи системи працівникам великих підприємств, підприємств санаторно-курортного комплексу. Емісія чеків та їх упровадження на великих і середніх підприємствах. Відродження санаторно-курортних підприємств, які належать державі, профспілкам. Використання підприємств санаторно-курортного комплексу. Перший запуск системи відпускних чеків. Залучення в систему комерційних підприємств і туристичних центрів	Безвідсотковий державний довгостроковий кредит (на 10-15 років). Доходи направляються на реалізацію соціальної політики.

**Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження.*

У сучасних умовах найбільш цінним є досвід Швейцарії і Франції, який показує вигідність упровадження системи відпускних чеків і для держави, і для працівників, і для підприємств турбізнесу, і для банківської системи. Відпускні чеки дають працівникові змогу подорожувати за 20-80% від реальної вартості поїздки.

Головною перевагою системи відпускних чеків є те, що вона не вимагає великих капіталовкладень, оскільки функціонує на принципах самофінансування.

При такій системі державний бюджет збільшується не тільки за рахунок відрахувань підприємств, що купують чеки для своїх працівників, і

підприємств туристичного бізнесу, а також і за рахунок відсотків, що відраховуються банком, у якому розмістили накопичувані грошові кошти.

Зростання турпотоків сприяє збільшенню кількості турпідприємств розміщення, збільшення робочих місць у сфері туробслуговування, що веде до розширення бази оподаткування. Дана система вигідна і для підприємств турбізнесу, оскільки вони отримують масові потоки туристів, а державі сплачують 1% від прибутку.

Ця система вигідна і підприємствам, які інвестують у відпускні чеки своїх працівників певні суми (в середньому 20-60%), оскільки грошові суми, що інвестуються, не оподатковуються. Причому грошові суми, які відкладає працівник на свою відпустку, також не оподатковуються. Це принцип грошового накопичення працівника, залежно від його можливостей, при безпосередній участі роботодавця або соціального органу (комітету підприємства, соціальних фондів) і місцевих органів влади. Така система дасть змогу, з одного боку, розвинути внутрішню туристичну інфраструктуру країни, а з іншого – створить для працівників можливості подорожувати з великими знижками. У держави з'явиться грошовий фонд, утворений за допомогою функціонування системи відпускних чеків, за допомогою якого вона зможе вести соціальну політику в галузі туризму і направляти отримані грошові кошти і на розвиток попиту, і на розвиток пропозиції.

3.3. Система відпускних чеків як ефективний інструмент реалізації соціального туризму

Ситуація, що склалася сьогодні на українському ринку туристичних послуг, характеризується нерозвиненістю соціального туризму. Не дивлячись на те, що профспілки зберегли матеріальну базу відпочинку – здравниці, туркомплекси, спортивні споруди – розпоряджатися цією власністю

внаслідок різкої соціальної поляризації суспільства стало надзвичайно складно. Єдиною основою для функціонування цих баз відпочинку був фонд соціального страхування, що взяв на себе оплату путівок. Але з кожним роком частка, що виділяється на фінансування соціального туризму, зменшується і є незначним внеском у відновлення системи повноцінного відпочинку й оздоровлення.

У зв'язку з такою складною ситуацією нами розроблено програму введення в обіг спеціальних платіжних засобів – чеків, що мають на меті розширення доступу до туризму і відпочинку малозабезпечених верств населення на прикладі досвіду Франції.

Суть системи відпускних чеків полягає в зміні оподаткування так, щоб основний його тягар перекласти не на відпочивальників, підприємства, профспілку або державу, а на турбізнес. При цьому державний бюджет не тільки не постраждає від цього, а навпаки, ця система дасть змогу розширити базу оподаткування за рахунок залучення до виробництва товарів і послуг, туризму і відпочинку більшої кількості працівників і підприємств. Практичне функціонування і механізм управління системою ставляться під контроль держави і спеціально створюваних ним органів.

Основним елементом пропонованої системи є чек, тобто зобов'язання органу, що здійснює емісію чека, надати особі (туристу), яка його придбала, визначений набір послуг. Суб'єктами системи відпускних чеків є:

1) держава – в особі агентства, що використовує систему чеків як інструмент своєї соціальної політики і є гарантом її надійності;

2) володар чека – особа, яка одержує матеріальну вигоду від самого факту придбання чеків, оскільки фінансовий механізм системи передбачає, що отримані нею за чеками послуги перевищують за вартістю сплачену ним суму;

3) оптовий покупець чеків – державне підприємство або приватний підприємець, зацікавлений у створенні на підприємстві для своїх працівників сприятливіших умов порівняно з іншими підприємствами, атмосфери

соціального партнерства і досягненні на цій основі стабілізації робочої сили, виконання державних актів, що регламентують взаємовідносини з профспілками й іншими представницькими органами трудящих;

4) організації, які формують інфраструктуру туризму і зацікавлені в отриманні клієнтури, що приймають чеки як оплата за надані послуги;

5) суміжні фінансові установи – банки, що одержують можливість використовувати кошти, обернені в чеки, і періодично депонують у них.

Визначальною умовою успішного функціонування системи є наявність у фізичних осіб і підприємств коштів, які можуть бути спрямовані на відпочинок. Система починає функціонувати з моменту емісії чеків, право на яку надається агентству за рішенням Уряду. Спочатку чеки отримує оптовий покупець, яким найчастіше є підприємець. Його зацікавленість у придбанні чеків у фінансовому плані виражається у формі виплати агентству комісії, що становить одне з джерел фінансових коштів агентства, потім чек отримує працівник підприємства, який з цієї миті стає його власником.

Важливим моментом системи є те, що придбання чека може бути обмежене для тих осіб, які мають у своєму розпорядженні порівняно невисокий рівень доходів, а його умови можуть варіюватися залежно від їх рівня. Придбання чеків проводиться на пільгових для працівника умовах. У міжнародній практиці кошти підприємства і працівника, що виділяються на придбання чеків, не обкладаються податками. Таким чином, особа, зробивши попередній внесок на відпочинок у певному співвідношенні від необхідної суми, отримає в сезон вже всю суму повністю у вигляді спеціальної чекової книжки, за допомогою якої і розплачуватиметься на відпочинку за всі надані послуги. Використання чекової книжки автоматично звільняє його від податків, оскільки внесок на відпочинок не вноситиметься до сукупного доходу. Частину необхідної для відпочинку суми доплачує за співробітника підприємство, отримавши право віднести витрати на придбання для свого працівника відпускних чеків до собівартості продукції або зменшити свою базу оподаткування.

Останній етап руху чека полягає в його пред'явленні до оплати агентству. За право обслуговування клієнтів за чеками підприємства обслуговування виплачують агентству комісію від вартості наданих носіям чеків послуг. Комісія на практиці є матеріальною винагородою, що виплачується агентству за залучення клієнтури, рекламно-інформаційні послуги. Таким чином, комісія, що стягується при продажу чеків оптовому покупцеві, і комісія, що стягується при оплаті чеків, пред'явлених підприємством обслуговування, є найважливішим джерелом доходів агентства. Другим основним джерел фінансових надходжень агентства є доходи від банківського відсотка, що отримується від розміщення вільних коштів агентства в довіреному банку.

Відмітною рисою системи чеків є її повна самоокупність, що забезпечується за рахунок створюваних сприятливих фінансових умов для всіх її суб'єктів. Проте для функціонування цієї системи необхідне джерело формування початкового капіталу. Таким початковим капіталом може бути державний безвідсотковий довгостроковий кредит.

Для емісії і продажу відпускних чеків передбачається створити некомерційне агентство, засновниками якого стануть держава і незалежні профспілки.

Однак впровадження описаної системи пов’язане з такими труднощами: необхідність існування загальної суспільної потреби, якої немає наразі (наприклад, у профспілках). Водночас немає такої політичної партії або руху, які ставили б такі питання; несприятлива політична обстановка в Україні; невідповідність правових політик: неузгодженість нових норм з законодавством про працю, законодавством у галузі оподаткування; національний менталітет. Таким чином, упровадженню сьогодні системи відпускних чеків перешкоджають політичні, економічні, кон'юнктурні і психологічні чинники.

Проте існують всі передумови для впровадження системи відпускних чеків. Актуальність створення такої системи очевидна. Неможливо охопити

соціальним туризмом всі верстви населення. Адже коли у людей немає коштів навіть на проживання, то, природно, вони не можуть думати про відпочинок і поїздки. У такому разі політика держави відносно до цих громадян, які становлять в Україні більше половини населення, спрямована на підтримку їх першочергових потреб. Але існує контингент населення, що знаходиться між малозабезпеченою і середньою верствами населення. Повністю оплатити сімейний відпочинок вони не можуть, але мають можливість оплатити частково. Соціальна політика держави в галузі туризму має бути спрямована саме на цю категорію громадян, які є потенційними клієнтами комерційного туризму.

Що стосується політики держави сьогодні, то вона має соціальну спрямованість, а діяльність багатьох громадських організацій і партій заснована на пріоритеті соціальної політики. За таких умов держава має бути основним регулятором відносин суб'єктів соціального туризму. Нормативно-правова база в галузі туризму, і насамперед Конституція України, встановлює право громадян на відпочинок і пріоритетність соціального туризму. Розробка нового закону про відпускні чеки не може суперечити Конституції, але може внести свої корективи до розроблених законодавчих актів у галузі оподаткування. Головною передумовою в цьому випадку є віра всіх суб'єктів системи в реальне й ефективне її функціонування. Для цього мають бути державні гарантії, що забезпечують надійність функціонування системи.

Важливо також відзначити, що основною перевагою системи відпускних чеків є її накопичувальний характер. Тобто у працівників згідно з угодою щомісячно протягом 4-10 місяців і більше віднімається із заробітної плати певна сума, яка доповнюється підприємством (у відсотковому співвідношенні, встановленому підприємством залежно від рівня заробітної плати працівника, але в певних рамках) і перераховується в Національне агентство відпускних чеків.

На нашу думку, доцільно створити агентство відпускних чеків у формі державного підприємства. В цьому випадку за організацію і діяльність

агентства буде нести відповідальність Уряд. Крім того, що Уряд буде засновником такого підприємства, він виступить також і гарантом за зобов'язаннями агентства, а головне: контролюватиме доходи агентства і їх розподіл.

1. Резюме проекту. Цей проект передбачає створення Національного агентства відпускних чеків і введення ним в обіг спеціальних платіжних засобів – відпускних чеків. Весь проект спрямований на відродження вітчизняного соціального туризму і розширення доступу до туризму і відпочинку для широких верств населення за допомогою створення сприятливіших умов для направлення особистих коштів працівників і підприємств на відпочинок і охорону здоров'я.

2. Опис системи відпускних чеків. Система відпускних чеків є сукупністю нормативно-правових, договірних і комерційних відносин, які базуються на врахуванні інтересів споживачів і виробників туристичних послуг, держави, громадських організацій і підприємців, що знаходить своє матеріальне втілення у використанні всіма суб'єктами цієї системи певного типу платіжних засобів, що спеціально вводяться в обіг.

Одним з головних інструментів функціонування системи Національного агентства є введення на території України спеціальних платіжних засобів (іменні чеки). Чек – це зобов'язання органу (Національного агентства), що здійснює емісію чека, надати особі (носієві), яка придбала його, певний набір послуг. Вказаний платіжний документ може бути використаний тільки для оплати послуг, пов'язаних з відпочинком, проведенням відпусток, подорожами, відвідуваннями культурних і видовищних заходів, оплати витрат на проживання, харчування і проїзд до місця відпочинку.

3. План маркетингу

3.1. Місія проекту:

а) створення на території Україні системи відпускних чеків з метою відродження соціально спрямованого туризму;

б) забезпечення гідного відпочинку широким верствам населення;

в) розвиток і зростання ринку внутрішнього туризму;

г) досягнення на певному етапі розвитку системи самоокупності проекту (без дотацій і кредитів держави);

д) підвищення рівня і якості обслуговування у сфері туризму і супутніх галузях.

Цілі і завдання агентства:

– проводити переговори з керівництвом найбільших підприємств країни, із союзом підприємців і промисловців, з асоціаціями туристичних підприємств, з уповноваженими банками, з профспілковими організаціями;

– укладати відповідні договори між всіма суб'єктами системи відпускних чеків;

– емітувати чеки відповідно до кількості замовлень на них;

– активно просувати свою систему відпускних чеків серед підприємств і працівників, підприємств туристичного бізнесу;

– щорічно збільшувати частку осіб, що скористалися системою відпускних чеків (% від кількості українських туристів);

– щорічно збільшувати частку підприємств, які обслуговують по чеках (% від величини всіх підприємств сфери туризму і розваг);

– використовувати отримані доходи для розвитку інфраструктури туризму і соціальної допомоги в туризмі окремим категоріям громадян.

3.2. Місткість ринку відпускних чеків. З метою планування діяльності агентства з випуску відпускних чеків, а також проведення всіх подальших економічних розрахунків, визначено максимальну кількість потенційних споживачів відпускних чеків, або міскість ринку.

Як видно з табл. 3.3, потенційними споживачами відпускних чеків можуть бути 20,9 млн працівників і їх сімей. Група малозабезпечених громадян, на яку і розрахована програма, становить 18%, тобто 3,6 млн осіб.

Якщо припустити, що економічно активне населення співвідноситься з малозабезпеченими громадянами як і з усім населенням країни, то максимальна кількість покупців чеків становитиме 5,6 млн осіб.

Сегментація – це поділ споживачів на групи відповідно до ряду ознак. Сегментувати кінцевих споживачів чеків можна різними способами, зокрема за рівнем сереньодушового доходу. Ций метод має ключове значення, оскільки надалі залежно від обраного сегмента формуватимуться і компенсації підприємств на відпочинок своїх працівників.

Оскільки для реалізації системи відпускних чеків ми беремо працівників з доходами від одного до трьох неоподаткованих мінімумів, то потенційними категоріями клієнтів, які нас цікавлять, є близько 50% населення. Проте з цієї сукупності, ми беремо тільки економічно активне населення – приблизно 20 млн чол. Від розмірів підприємства залежить і організація системи відпускних чеків. Великі і середні підприємства мають більше можливостей у реалізації такої програми і характеризуються розгалуженою соціальною інфраструктурою, мають профспілкові комітети. Малі підприємства мають менший потенціал у реалізації програми. Тому доцільно на першому етапі запроваджувати систему тільки на великих і середніх підприємствах.

Отже, Національне агентство відпускних чеків орієнтуватиметься на споживачів з доходами від одного до трьох прожиткових мінімумів і лише на великі і середні підприємства. У подальшому можливе збільшення частки працівників з доходами вище за три мінімальних прожиткових мінімуми.

3.4. Визначення ціни відпускного чека. Витрати з випуску чеків мають формуватися з витрат на їх виготовлення, зберігання і витрат на розповсюдження. За кожен проданий чек стягуватиметься комісія у розмірі 1% від номінала чека. Так, наприклад, чеки на суму 100 у.о. продаватимуться оптовим покупцям за 101 у.о. Кінцеві споживачі зможуть придбавати чек із знижками від 10% до 70% від номінала. Тоді працівник зможе відпочити, отримуючи навіть 10%-ву дотацію від вартості путівки. Розширення цих меж залежатиме від фінансово-економічного стану підприємства. Прийматися до оплати на підприємствах, які обслуговують по чеках, вони будуть по курсу 1:1, тобто якщо готельний номер коштує 50 у.о. за добу, то споживач

витратить 50 у.о. в чеках. переводитися у готівку чеки будуть з утриманням 1% комісії від суми пред'явлених до оплати чеків.

3.5. Канали розподілу чеків. Від агентства чеки повинні надходити оптовим покупцям. До них можна зарахувати адміністрації підприємств, комітети трудових колективів, профспілкові комітети, фонди соціального страхування. Такий вибір оптових покупців не випадковий. Саме ці структури відповідатимуть насамперед за соціальну спрямованість проекту, і вже потім – за комерційну.

3.6. Схеми просування і популяризації системи відпускних чеків. На першому етапі кошти на популяризацію системи відпускних чеків слід виділяти окремо. Надалі кошти на просування системи чеків варто виділяти у вигляді частки від обороту. Далі слід інформувати ринок і споживачів про нову послугу – систему відпускних чеків, донести інформацію до споживачів про принцип побудови і дію системи. На цій стадії необхідна велика кількість PR-повідомлень і спільних із профспілками PR-акцій. Слід підкреслити участь держави і її гарантії в цій системі. Доцільно використовувати інтерв'ю з політиками, бізнесменами, а також членами уряду. Далі необхідного переконати споживачів вкладати частину своїх доходів у відпускні чеки. Одним з інструментів для реалізації цих кроків, може бути реклама образу щасливої сім'ї, що скористалася відпускними чеками. При цьому, необхідно зробити акцент на принципах дії механізму системи відпускних чеків. Рекламні повідомлення та нагадування повинні робитися протягом року, з посиленням інтенсивності напередодні і під час міжсезоння.

4. Організаційний план.

4.1. Форма власності агентства. Національне агентство відпускних чеків може бути створене у формі державного підприємства. Статут підприємства затверджується Урядом. Державне підприємство самостійно реалізує свою продукцію (чеки). Державне підприємство має право відчужувати своє майно лише з відома власника. Порядок розподілу доходів підприємства

контролюється власником майна. Отже, Агентство зможе самостійно вести діяльність, але під патронажем Уряду, який гарантуватиме виконання зобов'язань перед контрагентами системи відпускних чеків.

4.2. Питання керівництва агентством. На першому етапі керівництво агентством здійснюватиме Рада засновників, до складу якої входимуть: представники Уряду; топ-менеджери найбільших підприємств; представники незалежних профспілок; консультанти у сфері туристичних послуг. Рада засновників розробляє статут і структуру Агентства, формує і подає на затвердження Уряду склад правління, а також пропонує кандидатуру генерального директора, який, у свою чергу, формує виконавчу дирекцію і бюджет агентства відповідно до плану роботи.

4.3. Розподіл повноважень і відповідальності наведено на рис. 3.6.



Рис. 3.6. Розподіл повноважень і відповідальності в Національному агентстві відпускних чеків*

**Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження.*

5. Фінансовий план включатиме в себе визначення чистої приведеної вартості проекту (NPV) та визначення терміну окупності інвестицій (PP).

5.1. Чиста приведена вартість проекту (NPV). Цей метод заснований на зіставленні величини інвестицій із загальною сумою дисконтованих чистих грошових надходжень протягом прогнозованого терміну. На сьогодні цей метод є одним із стандартних методів розрахунку ефективності інвестицій.

Дисконтування вартості – це визначення поточної вартості майбутніх грошових доходів фірми, які мають бути отримані в результаті реалізації проекту. Чим вище дисконтована вартість проекту, тим він ефективніший.

Розглянемо варіанти.

У першому випадку проект створення Національного агентства відпускних чеків пердбачає разову державну інвестицію. У такому випадку:

$$NVP = -IC + \sum_{k=1}^{n} \frac{CF_k}{(1+r)^k}, \quad (3.1.)$$

де, IC – сума разових інвестицій; CF_k –надходження (відтік) грошових коштів у к-му році; n – тривалість проекту; r – ставка дисконтування.

Очевидно, що якщо: NPV > 0, то проект слід прийняти; NPV< 0, то проект слід відкинути; NPV=0, то проект і не прибутковий, і не збитковий.

У нашому випадку первинна сума інвестицій буде дорівнювати:

$$IC_0 = A + E + M, \quad (3.2)$$

де, A – витрати на створення й розвиток агентства; E – витрати на емісію чеків; M – витрати на маркетинг.

Тепер розглянемо доходи, які зможе отримувати агентство від своєї діяльності. Доходи агентства надходитимуть з трьох основних джерел:

1) комісійні платежі від підприємств, що придбавають чек;

2) комісійні платежі від підприємств туристичної сфери;

3) відсотки від розміщення коштів у банках.

Таким чином, річні доходи (Р) формуватимуться так:

$$P_k = 0{,}01 * AS_k + 0{,}01 * AB_k Q_k, \quad (3.3)$$

де, P_k – доходи в к-му році; n – сума, отримана від продажу чеків за рік; AS_k – сума, отримана за придбання чеків за рік; Q_k – доходи від депонування коштів у банках за рік.

Згідно з другим варіантом проект створення агентства і системи відпускних чеків передбачає послідовне інвестування ресурсів.

Якщо проект передбачає не разову інвестицію, а послідовне інвестування фінансових ресурсів протягом m років, то формула для розрахунку NPVмодифікується таким чином:

$$NVP = \sum_{k=1}^{n} \frac{CF_k}{(1+r)^k} - \sum_{j=1}^{m} \frac{IC_j}{(1+i)^j} \quad (3.4)$$

де, IC_j – інвестиція в j-м році, j = 1,2..., m; i – прогнозований середній рівень інфляції.

Суму очікуваного доходу необхідно коректувати відповідно до темпу інфляції. Для цього можна використовувати методику коректування коефіцієнта дисконтування на індекс інфляції. Враховуючи, що надходження у проект матимуть послідовний характер, то до настання самоокупності проекту інвестиції в проект складатимуться з витрат на емісію чеків (Е), витрат на маркетинг (М) і витрат на функціонування агентства (S). Математичне визначення виглядатиме таким чином:

$$IS_k = E_k + M_k + S_{k.}, \tag{3.5}$$

Очевидно, що щороку істотно мінятимуться витрати на маркетинг і емісію чеків, витрати на функціонування агентства суттєво не змінюватимуться.

Далі розглянемо як підприємство може компенсувати свої витрати на оплату чеків.

Спосіб 1. Відносити кошти, витрачені на оплату відпочинку на собівартість продукції. Для цього необхідно врахувати в податковому законодавстві, щоб такі витрати відносилися на цілі оподаткування. Таким чином, якщо витрати на оплату подорожей не враховувати при визначенні податкової бази, то підприємство не зможе компенсувати понесені витрати на компенсації купівлі чеків своїми працівниками. Якщо ж такі витрати враховувати з метою оподаткування, то підприємство зможе зменшити свій податковий базис і тим самим сплатити менше податків на дохід.

$$\textit{Прибуток оподаткування} = \textit{Доходи} - \textit{Витрати} + \textit{Оплата чеків} \tag{3.6}$$

За рахунок зменшення бази оподаткування зменшиться і розмір податку на доходи підприємства.

Витрати, які несе підприємство на оплату частини вартості відпускних чеків для своїх співробітників, можна розрахувати за такою формулою:

$$\textit{Витрати} = \sum k_j , \tag{3.7}$$

де, k_k – компенсація j-му співробітнику підприємства.

За умовами системи відпускних чеків підприємство може компенсувати покупку чеків тільки малозабезпеченим співробітникам. Під такими співробітниками матимемо на увазі осіб, у яких середньомісячний дохід не перевищує трьох мінімальних прожиткових мінімумів.

Спосіб 2. Виплачувати компенсації на покупку чеків з прибутку. У цьому випадку підприємство вилучає кошти на компенсації відпускних чеків для своїх співробітників з прибутку оподаткування, тобто до сплати податків. Оскільки розмір компенсацій за чеки зменшить прибуток до оподаткування, то держава отримає менше податкових платежів. Чистий прибуток підприємства розраховується за формулою:

$$\textit{Чистий прибуток(ЧП)} = \textit{оподаткований прибуток (ОП)} \times \textit{податок на прибуток (ПП)} \quad (3.8)$$

Тепер розглянемо другу складову оплати вартості чека.

Спосіб 1. Частка вартості відпускного чека сплачується працівником підприємства з його заробітної плати після оподаткування. У цьому випадку сума накопичень на оплату відпускних чеків обчислюватиметься:

$$\textit{Сума накопичень за період} = \sum_{m=1}^{n} dm \times ЗПm1 \quad (3.9)$$

де, dm – частка витрат на покупку чеків від доходу працівника; *ЗПm1* – заробітна плата робітника на місяць після вирахування податків.

Припустимо, що працівник виплачує суми на покупку чеків зі своєї зарплати після оподаткування. Працівник може накопичити на свій відпочинок, витрачаючи не менше ніж 30% свого доходу (якщо підприємство не компенсує вартість чеків).

Суми менше ніж 30% не дадуть працівнику змоги подорожувати, а суми більше ніж 50% перевищуватимуть мінімальний прожитковий мінімум, що залишається «на руках» у працівника після виплат.

Спосіб 2. Частка вартості відпускного чека сплачується працівником підприємства з його заробітної плати до оподаткування. Якщо працівник відраховуватиме частку вартості чеків зі своєї зарплати (до оподаткування), то сума накопичень обчислюватиметься так:

$$\textit{Сума накопичень за період} = \sum_{m=1}^{n} dm \times ЗПm2 \quad (3.10)$$

де, *dm* – частка витрат на покупку чеків від зарплати працівника підприємства; *ЗПm2* – заробітна плата співробітника на місяць m до оподаткування.

Розрахунки за цим методом наведено в табл. 3.9 на основі середньомісячної заробітної плати в 2022 р. (14577 грн) [50].

Таблиця 3.9

Розрахунок вартості відпускного чека*

Частка витрат з доходу працівника, %	Сума витрат на покупку чеків	Кількість місяців накопичення	Накопичена до кінця року сума в чеках
5	729	11	8017
10	1458	11	16035
15	2187	11	24052
20	2915	11	32069
25	3644	11	40087

**Джерело: розраховано автором за даними [8; 50].*

Після розгляду різних способів компенсацій і оплати за відпускні чеки необхідно визначити найбільш вигідні пропорції часток працівника і підприємства для оплати відпускних чеків.

Для цього необхідно знати середню вартість відпочинку на одну родину (3 особи) на території України.

Після розгляду частки підприємства і працівника в оплаті середньої путівки, виходячи з її вартості, необхідно розглянути ці частки виходячи з середньої заробітної плати співробітника підприємства після виплати податків, а також другого варіанту – до виплати податків.

Аналізуючи дані, можна зробити припущення, що найбільш доцільними межами компенсацій на оплату путівок своїм співробітникам з боку підприємства будуть до 70% вартості такої «середньої путівки». Це дозволить працівнику витрачати не більше 30% від суми щорічної заробітної плати, а «премія» підприємства максимально дорівнюватиме двом «тринадцятим зарплатам».

5.2. Метод визначення терміну окупності інвестицій (PP). Алгоритм розрахунку терміну окупності (PP) залежить від рівномірності розподілу прогнозованих доходів від інвестиції. Якщо дохід розподілений по роках рівномірно, то термін окупності розраховується шляхом ділення одноразових

витрат на рівень річного доходу, зумовленого ними. Якщо прибуток розподілений нерівномірно, то термін окупності розраховується прямим підрахунком кількості років, протягом яких інвестиція буде погашена кумулятивним доходом. Загальна формула розрахунку показника РР:

$$\text{PP}= \sum_{k=1}^{n} P_k \geq IC \qquad (3.11)$$

де, P_k – доходи за проектом; IC – інвестиції.

Виходячи з даних розрахунків, окупність створення системи відпускних чеків може становити 6-7 років.

Отже, впровадження в Україні системи відпускних чеків, на нашу думку, є необхідним і поки єдиним варіантом на шляху до розвитку соціального туризму, який дасть змогу підтримати незахищені верстви населення у відновленні сил і здоров'я. Реалізація програми відпускних чеків в Україні стане важливим кроком до досягнення основних цілей і принципів соціального туризму.

ВИСНОВКИ

У результаті проведення дослідження автором була досягнута мета випускної кваліфікаційної роботи, яка полягає в розробці науково обґрунтованих пропозицій щодо вдосконалення механізму державного регулювання соціального туризму в Україні. Реалізація поставленої мети дає змогу зробити такі висновки:

1. Досліджено понятійно-категоріальний апарат соціального туризму, що застосовується у вітчизняній та зарубіжній практиці, виходячи із чого запропоновано розглядати соціальний туризм як різновид туризму, який охоплює всі соціальні верстви й вікові групи населення, поїздки яких субсидуються із різних бюджетів. У зв'язку із цим уточнено поняття «соціальний туризм» - відпочинок, який здійснюється за сприяння асоціацій соціального туризму і професійних об'єднань туристичних підприємств, що виконують у своїй діяльності соціальні функції.

2. Проведений аналіз існуючих класифікацій соціального туризму, дозволив доповнити класифікацію категорій громадян соціального туризму, на основі визначення співвідношення за видами отримуваної ними компенсації. Запропоновано чотири види сегментації: демографічна (за віком), соціальна (за професійною ознакою й соціальним статусом), економічна (за рівнем доходу). Також була розроблена класифікація засобів розміщення системи соціального туризму, де додатково запропоновано включити такі засоби розміщення, як дитячі санаторії, табори та здравниці.

3. Узагальнено різні ознаки класифікацій, виходячи із чого визначено, що найпоширенішими видами соціального туризму є рекреаційний, культурний, екологічний та приміський, внутрішньорегіональний і внутрішньодержавний соціальний туризм. Проте такі види туризму, як діловий, спортивний і релігійний, також можуть мати міжнародний характер.

На підставі результатів дослідження обґрунтовано необхідність державного регулювання соціального туризму. Сутність державного

регулювання полягає у створенні нової системи регулювання в умовах ринкової економіки з використанням позитивного досвіду системи управління соціальним туризмом радянського періоду, а також зарубіжного досвіду. У дипломній роботі охарактеризовано суб'єкти, об'єкти, цілі і інструменти соціального туризму.

4. На підставі аналізу державного регулювання соціального туризму запропоновано модель управління соціальним туризмом в Україні на основі системи відпускних чеків. Сутність системи відпускних чеків полягає в зміні оподаткування так, щоб основний тягар перекласти не на відпочивальників, підприємства, профспілку або державу, а на турбізнес. Суб'єктами системи є: держава – в особі агентства, що використовує систему чеків як інструмент своєї соціальної політики й виступає гарантом її надійності; об’єкт (носій) чека – особа, яка одержує матеріальну вигоду від самого факту придбання чеків. Запропоновано впровадження практичних пропозицій у розробці системи відпускних чеків, де представлені маркетингові, організаційні та фінансові складові концепції соціального туризму.

Серед переважної частина населення можна виділити категорію громадян, які хотіли б відпочити й передбачають у своєму бюджеті витрати на відпочинок, але вони не мають достатньо коштів для купівлі путівки й відпочивають яким-небудь самодіяльним способом, не звертаючись до послуг туристичних фірм. Ця категорія перебуває між малозабезпеченим і середнім класами. Саме ця категорія громадян буде становити численний середній клас у майбутньому. Отже, соціальна політика в сфері туризму має бути спрямована, насамперед, саме на цей клас споживачів, що дасть змогу бути інтегрованими в комерційний сектор. Така політика є також вигідною і для туристичних підприємств, оскільки цей клас є їх потенційним платоспроможним клієнтом. Таким чином, змінюється імідж соціального туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про внесення змін до Конституції України. Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2005, №2, ст.44. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2222-15#Text *(дата звернення: 23.05.2023).*

2. Про туризм. Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, №31, ст.24. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text *(дата звернення: 23.05.2023).*

3. Про ліцензування видів господарської діяльності. Закон України. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, №23, ст.158. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text *(дата звернення: 23.05.2023).*

4. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №18, №19-20, №21-22, ст.144. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text *(дата звернення: 23.05.2023).*

5. Заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму. Указ Президента України від 14.12.2001 р. №1213/2001 (із змінами, внесеними згідно з Указом Президента від 09.12.2020 № 1085/2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1213/2001#Text *(дата звернення: 23.05.2023).*

6. Гуслякова О.Ю. Розвиток механізмів державного регулювання соціального туризму в Україні. *Теорія та практика державного управління*. 2018. Вип. 4 (23). С. 298-305.

7. Гуслякова О.Ю. Основні напрями вдосконалення державного регулювання соціального туризму в умовах ринкової економіки. Соціально-економічний розвиток України: європейський вибір. Зб. наук. праць IX Міжн. наук. конф. 17-18 травня 2021 р. Ч.1. Мелітополь: МІДМУ «КПУ», 2021. С. 56-58

8. Гуслякова О.Ю. Державне регулювання соціального туризму в Україні і за кордоном. Зб. тез доповідей «Дні науки». Гуманітарний університет «ЗІДМУ». Т.2. Запоріжжя: ГУ »ЗІДМУ», 2019. С. 346-348.

9. Гуслякова О.Ю. Формування нормативно-правового середовища для розвитку соціального туризму в Україні. Зб. тез доповідей «Дні науки». Т.2. Запоріжжя: ГУ »ЗІДМУ». 2020. С. 179-182.

10. Гуслякова О.Ю. Система відпускних чеків як ефективний інструмент реалізації соціального туризму. Мат-ли міжн. наук.-практ. конф. «Культура і освіта фахівців туристичної сфери – сучасні тенденції та прогнози». К.: КНТЕУ, 2020. С. 482-485.

11. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). *Офіційний сайт*. URL: https://www.tourism.gov.ua/ *(дата звернення: 23.05.2023).*

12. Дергачов В., Живицький О., Тараканов М., Хуторний О.,Тиктулов В. Формування зон вільного підприємництва туристичного курортно-рекреаційного призначення. *Економіка України*. 2018. №1. С. 60-64.

13. Дмитренко В.М. Інструменти здійснення регуляторної політики в галузі туризму. *Економіка та держава*. 2020. №10. С.57-59.

14. Євдокименко, В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування. Механізм реалізації). Чернівці: Прут, 2020. 288 с.

15. Жученко В.Г. Розвиток туристсько-рекреаційної діяльності в Україні: передумови та перспективи. *Регіональні перспективи*. 2020. №1. С. 83-84.

16. Зелінський К. Удосконалення статистичної методології і практики в сфері рекреації. *Статистика України*. 2020. № 3. С. 32–34.

17. Кифяк В. Розвиток міжнародного туризму як один із факторів становлення економіки України. *Економіка України*. 2020. №7. С. 85-88.

18. Кравців В.С., Полюга В.О., Гулич О.І. Науково-методичні підходи та алгоритм розробки регіональних програм розвитку рекреаційної сфери. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період*. 2013. Вип. 1(XLV). Л.: Інститут регіональних досліджень. С. 9-17.

19. Кравців В.С. Туризм в Україні: стан та шляхи активізації. *Зовнішньоекономічний кур'єр*. 2021. № 7-8. С. 9–10.

20. Крайник О.П. Економічний розвиток регіону. Л.: Ліга-Прес, 2018. 294 с.

21. Король О.Д. Основи туристичного маркетингу. Ч.: Рута, 2018. 110 с.

22. Лугова О.В. Управління інвестиційними ресурсами адміністративно-територіальних формувань в туристичній сфері. *Управління сучасним містом*. 2013. № 2/4-6(10). С. 107-114.

23. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2018. 436 с.

24. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 288 с.

25. Мерзляк А.В. Механізми державного управління іноземними інвестиціями: регіональний аспект. К.: УАДУ, 2018. 300 с.

26. Пермінова Г. Тенденції розвитку туризму в Україні на межі тисячоліть у контексті світового досвіду. *Україна, українці, українознавство у XX ст. в джерелах і документах*. 2019. Ч. 2. С. 570-577.

27. Полюга В. Аспекти статистичного вивчення стану туристичної галузі регіону. *Регіональна економіка*. 2021. № 2. С. 76-80

28. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів. *Економіка України*. 2021. №6. С. 21-27.

29. Рубан Г.П. Рекреаційний потенціал України: сучасний стан освоєності та проблеми його економічного оцінювання. *Екологія і ресурси: аналітичні матеріали*. 2019. С. 195-200.

30. Олексєєв І.В. Стратегії розвитку підприємств і державне регулювання економіки. К.: Вид-во УАДУ, 2018. 202 с.

31. Татт Б., Крайник О. Регіональний економічний розвиток. Л.: Ліга-Прес, 2019. 380 с.

32. Туристична статистика в Україні за 2015-2021 рр. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html *(дата звернення: 23.05.2023).*

33. Середня місячна зарплата по регіонах України у січні 2022 (грн.). Мінфін. *Офіційний сайт*. URL: www.minfin.com.ua *(дата звернення: 23.05.2023).*