

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ»**

(за матеріалами «Фізична особа-підприємець Бобирев Сергій Борисович,
туристична компанія «Поїхали з нами Вінниця», місто Вінниця)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи Т-41д,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Туризм»

Діани
ЗАБОЛОТНОЇ

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Наталя
ОНИЦУК

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат географічних наук,
доцент

Алла
КІЗЮН

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 Поняття та сутність соціального туризму: визначення, основні характеристики	6
1.2 Роль і значення соціального туризму для суспільства: соціальні, економічні та культурні аспекти.....	9
1.3 Моделі розвитку соціального туризму	14
РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	22
2.1 Сучасний стан та проблеми розвитку соціального туризму в Україні	22
2.2 Організаційно-економічна характеристика туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця».....	27
2.3 Діяльність туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця» у розвитку соціального туризму	33
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	38
3.1 Концепція розвитку соціального туризму в Україні	38
3.2 Проекти та програми соціального туризму для туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»	41
3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ	53

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Соціальний туризм в Україні стоїть перед рядом викликів, що стримують його розвиток та розширення. Хоча соціальний туризм має потенціал стати значним інструментом соціальної інтеграції, підвищення якості життя та розвитку місцевих громад, наразі він не використовується в Україні на повну кількість через низку системних та організаційних бар'єрів. Соціальний туризм в Україні — це комплексне явище, що включає різні форми туристичної діяльності, орієнтовані на соціальні групи з обмеженими можливостями для доступу до туристичних послуг.

Однією з основних проблем є недостатня інформованість населення та потенційних учасників соціального туризму про існуючі програми та можливості. Додатково, обмежені бюджетні асигнування та відсутність цілеспрямованого фінансування гальмують створення та реалізацію програм соціального туризму на державному та регіональному рівнях.

Іншою важливою проблемою є необхідність модернізації туристичної інфраструктури та адаптації послуг до потреб соціально незахищених груп населення, включаючи осіб з обмеженими можливостями, літніх людей та малозабезпечені сім'ї.

Враховуючи вищевказане, постає проблема вироблення ефективної стратегії розвитку соціального туризму в Україні, яка б враховувала специфіку потреб різних груп населення, забезпечувала б доступність та інклюзивність туристичних послуг, а також сприяла б сталому розвитку регіонів через туристичну активність.

В роботі буде проведено всебічний аналіз існуючого стану соціального туризму в Україні, ідентифікація основних проблем та викликів, з якими він стикається, а також розробка рекомендацій щодо розвитку цієї галузі з урахуванням кращих національних та міжнародних практик.

Питанням розвитку соціального туризму в Україні присвятили свої наукові праці українські та закордонні вчені, а саме: І. Арсененко, В. Антоненко, Я. Василевська, М. Жукова, В. Кифяк, Є. Козловський, О. Любіцева, Я. Мариняк, Т. Момонт, М. Самілик, І. Смирнов, В. Хуткий, О. Графська, Д. Гурсоу, З. Дзуліт, П. Джонс, С. Хадсон та ін.

Метою даної кваліфікаційної роботи є всебічний аналіз поточного стану соціального туризму в Україні, виявлення основних проблем та бар'єрів, що обмежують його розвиток, а також розробка ефективних рекомендацій та стратегій для підтримки та розвитку соціального туризму як засобу соціальної інтеграції та економічного зростання.

Для розкриття даної мети були поставлені такі завдання:

- розкрити теоретичні основи соціального туризму: поняття, сутність, роль, моделі;
- дослідити розвиток соціального туризму в Україні;
- провести організаційно-економічну характеристику туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»;
- оцінити діяльність туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця» у розвитку соціального туризму;
- надати перспективні напрями розвитку соціального туризму в Україні.

Предметом дослідження є процес аналізу та оцінки соціального туризму.

Об'єкт дослідження – аналіз та розробка програм соціального туризму для туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця».

Методи дослідження. Під час написання роботи використовуються різні методи: аналіз статистичних даних; опитування; кейс-стаді метод (детальний аналіз конкретних прикладів успішних практик соціального туризму в Україні та світі); SWOT-аналіз.

Наукова новизна полягає у виявленні та систематизації факторів, що обмежують доступність туристичних послуг для соціально вразливих груп населення в Україні, а також у розробці комплексу рекомендацій для покращення стану справ у цій галузі.

Інформаційна база дослідження: фінансова звітність підприємства; законодавчі та нормативні акти, що регулюють соціальний туризм; статистичні дані про кількість та структуру туристичного потоку в Україні; монографії, підручники, періодична література на тему соціального туризму в Україні та світі.

Практична цінність – результати дослідження можуть бути використані для розробки та впровадження національних та регіональних програм підтримки соціального туризму, що дозволить підвищити рівень життя соціально вразливих груп населення, сприяти соціальній інтеграції та розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення та висновки кваліфікаційної роботи були апробовані на XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (м. Вінниця, 18 квітня 2024 р.) шляхом опублікування наукової статті, на тему: Стан та перспективи розвитку соціального туризму в Україні.

Структура роботи. Основна частина кваліфікаційної роботи містить вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список використаних джерел на 42 позиції, додатки. Основний текст роботи викладено на 52 сторінках. Загальний обсяг роботи – 57 сторінки. Робота містить 10 таблиць, 6 рисунків, 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття та сутність соціального туризму: визначення, основні характеристики

Соціальний туризм є важливою складовою туристичної галузі та елементом соціальної політики, який спрямований на забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення, зокрема для соціально незахищених груп. Цей напрямок має на меті демократизацію подорожей, роблячи їх доступними для бідних чи ущемлених елементів суспільства, а також підтримку культурного обміну та взаєморозуміння між різними соціальними групами [22].

Історія розвитку соціального туризму сягає XIX століття в Європі, коли почалося активне залучення бідної частини населення до подорожей з метою відпочинку. Вже у XX столітті соціальний туризм став відігравати значну роль у демократизації подорожей. Наразі в Європі існує багато організацій, які просувають і розвивають соціальний туризм, визнаючи його як важливий елемент соціальної політики та економічної сфери.

Соціальний туризм визначається як "група взаємин і феноменів у туризмі, що призводять до участі в процесах подорожей бідних чи ущемлених елементів суспільства". Також він спрямований на забезпечення більшої справедливості, толерантності, та задоволення життям всіх людей, включаючи сім'ї, молодь та літніх людей [13].

Однак, незважаючи на довгу історію та визнання значення соціального туризму, його понятійне розуміння залишається різноманітним і не уніфікованим у різних країнах, що ускладнює його подальший розвиток, особливо в умовах економічних криз.

Молодіжний соціальний туризм, як підкатегорія, також зосереджується на важливості культурного обміну і зіткнення з новими соціокультурними реаліями, що сприяє розширенню кругозору та соціального досвіду молоді [6].

Науковці розглядають соціальний туризм як напрям, спрямований на забезпечення доступності туристичних послуг для широких верств населення, включаючи соціально незахищені групи. Він має на меті сприяти соціальній інтеграції, культурному обміну та освіті через подорожі. Соціальний туризм включає програми та ініціативи, які підтримуються урядовими та некомерційними організаціями для стимулювання внутрішнього та доступного туризму. Він відіграє важливу роль у забезпеченні рівного доступу до відпочинку та рекреації, підвищуючи якість життя та сприяючи особистісному розвитку.

Соціальний туризм - це напрямок туристичної діяльності, який визначається як засіб соціальної політики, спрямований на забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств населення, особливо для соціально незахищених груп. Його мета полягає у демократизації можливостей для подорожей, включаючи сім'ї, молодь, літніх людей та інші групи, які зіткнулися з певними бар'єрами для активного туризму.

Соціальний туризм має довгу історію, що починається ще у XIX столітті в Європі, коли з'явилася можливість для бідніших шарів населення подорожувати з метою відпочинку. З часом цей напрямок еволюціонував.

Соціальний туризм в Україні та за кордоном має свої особливості, що відображають культурні, економічні та соціальні контексти країн. За кордоном, зокрема в країнах Європейського Союзу, соціальний туризм часто підтримується державними програмами та має міцну інфраструктуру, що сприяє доступності туристичних послуг для широких верств населення, включаючи людей з обмеженими можливостями та низьким доходом. В Україні ж, хоча соціальний туризм також розвивається і має підтримку на державному рівні, індустрія стикається з рядом викликів, таких як недостатне

фінансування, потреба в розвитку інфраструктури та обмеження, пов'язані з військовим конфліктом.

Основні характеристики соціального туризму [11] відображено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Основні характеристики соціального туризму

№	Критерій	Характеристика
1	Доступність	Соціальний туризм покликаний забезпечити доступність туристичного відпочинку для всіх громадян, незалежно від їхнього соціального становища, доходу чи фізичних можливостей.
2	Інтеграція	Цей напрямок сприяє інтеграції різних соціальних груп, зокрема шляхом організації спільних подорожей для людей з різним соціальним походженням.
3	Культурний обмін	Соціальний туризм підтримує культурний обмін і взаєморозуміння між різними культурами та спільнотами, сприяючи толерантності та багатоманітності.
4	Освітній аспект	Багато програм соціального туризму включають освітні компоненти, направлені на збагачення знань учасників про культуру, історію та природу відвідуваних місць.
5	Підтримка місцевих громад	Соціальний туризм також може бути спрямований на підтримку місцевих громад шляхом використання місцевих туристичних сервісів та продуктів.
6	Здоров'я та реабілітація	Деякі програми соціального туризму зосереджені на покращенні фізичного та психічного здоров'я учасників, включаючи реабілітаційні подорожі.

Однак, попри значний розвиток соціального туризму, його понятійне визначення залишається неоднозначним і різниться в різних країнах та дослідницьких школах. Найбільш ранні концепції соціального туризму в Європі фокусувалися на забезпеченні можливостей для подорожей бідними чи ущемленими елементами суспільства. Сучасні визначення часто наголошують на ширшому контексті соціального туризму, включаючи забезпечення доступності туристичних послуг для всіх груп населення, сприяння культурному обміну та підтримку місцевих громад [9].

1.2 Роль і значення соціального туризму для суспільства: соціальні, економічні та культурні аспекти

Соціальний туризм відіграє важливу роль у суспільстві, охоплюючи соціальні, економічні та культурні аспекти. Його значення можна розглядати з різних точок зору [17-19]:

Соціальні аспекти:

- **Забезпечення доступності.** Соціальний туризм робить подорожі доступними для ширшого кола людей, включаючи низькодохідні групи, людей похилого віку, молодь та осіб з обмеженими можливостями, що сприяє соціальній інтеграції.
- **Освітні можливості.** Через подорожі люди мають змогу навчатися, пізнавати нові культури, історію та природу, що сприяє зростанню загальної освіченості населення.
- **Психологічна підтримка.** Подорожі можуть слугувати засобом психологічної реабілітації та стресорозрядки, зокрема для осіб, які пережили травматичні події або страждають на хронічні захворювання.

Економічні аспекти:

- **Стимулювання місцевої економіки.** Соціальний туризм може сприяти розвитку місцевих громад шляхом залучення туристів та підтримки місцевих підприємств (готелі, ресторани, туристичні атракції).
- **Створення робочих місць.** Розвиток туристичної інфраструктури та послуг в рамках соціального туризму сприяє створенню нових робочих місць, зокрема в сфері обслуговування, транспорту та культури.
- **Розширення туристичного ринку.** Шляхом залучення нових груп туристів соціальний туризм сприяє розширенню та диверсифікації туристичного ринку.

Культурні аспекти:

- Культурний обмін. Соціальний туризм сприяє взаєморозумінню між культурами та збагаченню культурного досвіду, відкриваючи можливості для обміну ідеями та традиціями.

- Збереження культурної спадщини. Подорожі можуть залучати увагу до необхідності збереження історичних та культурних пам'яток, що має важливе значення для збереження культурної ідентичності.

З економічного погляду, соціальний туризм стимулює місцеву економіку, створюючи нові робочі місця та підтримуючи місцеві підприємства. Це сприяє економічному зростанню та розвитку регіонів, що приймають туристів.

Культурні аспекти соціального туризму включають культурний обмін між різними народами та культурами, що сприяє взаєморозумінню та толерантності. Також важливим є збереження культурної спадщини та підтримка культурного різноманіття.

Роль та значення соціального туризму для суспільства є багатограними та важливими. Соціальний аспект включає забезпечення рівного доступу до туристичних послуг для всіх верств населення, що сприяє соціальній інтеграції та зменшенню соціальної ізоляції. Освітні можливості, які відкриваються через подорожі, дозволяють людям з різних соціальних шарів розширювати свій кругозір і підвищувати загальну освіченість [21].

Соціальний туризм відіграє значну роль у суспільстві, охоплюючи широкий спектр соціальних, економічних та культурних аспектів, які разом сприяють сталому розвитку, соціальній інтеграції та культурному обміну. Цей напрямок туризму забезпечує відпочинок і оздоровлення для кожного члена суспільства, особливо залучаючи до середовища туризму людей з низьким рівнем доходів, через субсидіювання туристських поїздок для незаможних громадян та участь державних і суспільних структур у розвитку туризму.

Концептуально, соціальний туризм сприяє формуванню здорового способу життя людини в усіх її вимірах, враховуючи право кожної людини на відпочинок та свободу подорожей, відповідно до Декларації прав людини та

міжнародного законодавства. Цей напрямок туризму реалізує право на пересування і відпочинок, сприяючи соціальному, культурному, духовному розвитку суспільства. Соціальний туризм розглядається як процес забезпечення права на відпочинок та свободу пересування незаможних верств населення, створюючи можливості для задоволення їх рекреаційних потреб.

Розвиток соціального туризму залежить від активної участі та взаємодії державних, суспільних і приватних структур, що спрямовані на створення умов для подорожей різних соціально-вікових категорій населення, включаючи дітей, молодь, людей похилого віку, інвалідів, а також стимулювання спортивного туризму, зеленого (сільського) туризму, екологічного туризму тощо. Сегментація соціального туризму включає в себе різні форми, що визначаються соціально-віковими та мотиваційними ознаками, спрямовані на задоволення різноманітних потреб учасників [22].

Важливо, що соціальний туризм не тільки сприяє розвитку індивідуума та підтримці соціальної справедливості, але й має потенціал стимулювати економічний розвиток місцевих громад, оскільки залучення туристів може сприяти збільшенню доходів і підтримці місцевого бізнесу, створенню нових робочих місць та збереженню культурної спадщини. Ці аспекти підкреслюють важливість розвитку соціального туризму як інструменту соціальної політики, що спрямований на підвищення якості життя населення, розвиток інклюзивного суспільства та стимулювання економічного зростання.

Проблематика і перспективи соціального туризму в Україні показують, що попри існуючі виклики, такі як недостатнє фінансування, відсутність інфраструктури та законодавчої підтримки, існує значний потенціал для його розвитку. Важливим є активне піднесення цього питання на науковому та законодавчому рівнях, залучення уваги суспільства та уряду до необхідності розвитку соціального туризму як важливого фактору соціальної політики [29], [32].

Для подальшого розвитку соціального туризму в Україні необхідні комплексні заходи, що включають стимулювання приватних інвестицій,

розробку спеціалізованих програм та проектів, залучення міжнародного досвіду, а також впровадження інноваційних підходів до організації туристичної діяльності. Важливу роль в цьому процесі має відіграти держава, забезпечуючи підтримку та регулювання галузі, а також сприяння розвитку інфраструктури та послуг, що задовольнятимуть потреби різних соціально-вікових категорій населення [21].

Важливо відзначити, що реалізація програм соціального туризму вимагає активної участі та підтримки з боку урядів, місцевих громад та приватного сектору. Це спільні зусилля дозволяють створювати інклюзивні та доступні туристичні продукти, що відповідають потребам різних груп населення та сприяють сталому розвитку туристичної галузі.

Соціальний туризм в Україні охоплює програми та проекти, спрямовані на забезпечення доступності туристичних та рекреаційних послуг молоді, пенсіонерам, особам з обмеженими можливостями та соціально незахищеним категоріям громадян. Його метою є забезпечення рівного доступу до культурного розвитку, відпочинку та подорожей [1].

На сьогодні в Україні існує низка програм соціального туризму, однак вони зіштовхуються з численними викликами [23]:

1. Програми для школярів та студентів. Це екскурсійні поїздки історичними місцями України, культурними та природними об'єктами. Ці програми часто організуються міністерствами освіти та науки, культури, у співпраці з місцевими освітніми закладами.

2. Проекти для пенсіонерів та людей похилого віку. Деякі муніципалітети та громадські організації ініціюють програми, які дозволяють пенсіонерам відвідувати культурні та туристичні об'єкти за зниженими цінами або навіть безкоштовно.

3. Ініціативи для осіб з інвалідністю. Спеціальні туристичні програми, що включають об'єкти з безбар'єрним доступом та адаптовані екскурсії, є частиною зусиль забезпечити інклюзивність та доступність туризму для всіх.

4. Програми для малозабезпечених сімей. Це субсидовані поїздки або ваучери на відпочинок, які допомагають сім'ям із низьким доходом відвідати рекреаційні зони або туристичні об'єкти.

5. Проекти місцевого розвитку. В деяких регіонах діють програми, спрямовані на розвиток місцевого туризму через залучення волонтерів та громадських організацій для покращення туристичної інфраструктури та сервісів.

6. Міжнародні та національні гранти. Українські неприбуткові організації та інші інституції отримують фінансування від міжнародних донорів для реалізації проектів у сфері соціального туризму.

Наведемо приклади програм соціального туризму у розвинених країнах (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 – Програми соціального туризму у розвинених країнах [21-25]

Країна	Приклад соціальної програми
1. Франція	«Holiday Vouchers» (Чеки на відпочинок) Уряд Франції фінансує частину відпочинку для робітників через систему чеків, які можна використовувати для оплати відпочинку у Франції. Понад 4 мільйони громадян користуються цією програмою щорічно.
2. Великобританія	«Silver Travelers» (Подорожі для літніх осіб) Ця ініціатива спрямована на забезпечення доступних подорожей для людей старшого віку, включаючи знижки на транспорт і спеціальні туристичні пакети. Знижки на транспорт користуються близько 30% літніх людей у Великобританії.
3. Японія	«Furusato Nozei» (Податок на батьківщину) Програма, що дозволяє жителям спрямовувати частину своїх податків на розвиток туристичних місць, з яких вони походять, що включає спонсорство культурних і туристичних заходів. Залучення фінансування у розмірі понад 300 мільярдів ієн щорічно.
4. Німеччина	«Kurzarbeit» (Скорочення робочого часу) Ця програма допомоги під час COVID-19 включала компонент, який дозволяв робітникам отримувати компенсації за невикористані відпустки, що сприяло внутрішньому туризму. Допомога надана понад 10 мільйонам працівників у пікові періоди пандемії.
5. Італія	«Social Tourism Initiatives» Італійський уряд пропонує знижки та спеціальні пакети для молоді, старшого віку, і сімей з низьким доходом для відвідування курортів та культурних пам'яток по всій країні. Щороку цією програмою користуються тисячі громадян.

Продовження таблиці 1.2	
6. Іспанія	«IMSERSO» Урядова програма, що забезпечує дотаційні путівки для літніх громадян для відвідування морських курортів поза високим сезоном. Більше 900000 літніх громадян користуються цією програмою щороку.
7. Канада	«Parks Canada Discovery Pass» Пільгові абонементи для сімей, молоді та старших громадян, які надають необмежений доступ до національних парків і історичних місць протягом року. Програма щорічно користується великою популярністю, з тисячами нових абонентів.
8. Австралія	«Green Travel Rebate» Програма спрямована на зниження вартості подорожей для осіб, які використовують засоби екологічно чистого транспорту, включаючи залізничні та автобусні подорожі в межах країни. Збільшення кількості учасників на 15% за останні два роки.
9. Нідерланди	«Social Travel Fund» Урядова підтримка для надання субсидій на відпочинок для малозабезпечених родин, особливо з дітьми. Тисячі сімей щороку отримують фінансову допомогу для подорожей.
10. Південна Корея	"Happy Senior Tourism Project" Ця програма направлена на активізацію літніх громадян через організовані туристичні поїздки за спеціальними цінами. Відомо, що програма залучила понад 20000 учасників старше 65 років в минулому році.

Ці приклади відображають, як різні країни адаптують свої стратегії соціального туризму для вирішення конкретних соціальних завдань та підтримки різних верств населення, враховуючи культурні, економічні та демографічні фактори.

Отже, соціальний туризм має значний вплив на суспільство, сприяючи соціальній інклюзії та забезпечуючи доступ до відпочинку для менш забезпечених верств населення. Це сприяє розумінню та прийняттю культурної різноманітності, оскільки люди мають можливість взаємодіяти з різними культурами та спільнотами. З економічного погляду, соціальний туризм стимулює місцеву економіку через створення робочих місць і підвищення доходів у туристичних регіонах, які традиційно могли б залишатися недооціненими. Крім того, цей вид туризму підтримує збереження культурної спадщини та сприяє освітнім програмам, що підвищують обізнаність про культурну важливість регіонів. В цілому, соціальний туризм

вносить важливий вклад у стале розвитку суспільства, підвищуючи якість життя і сприяючи економічному та культурному розвитку.

1.3 Моделі розвитку соціального туризму

Моделі розвитку соціального туризму можна розглядати через призму різних стратегій та підходів, залежно від специфіки країни та її соціально-економічного контексту.

Еволюція моделей розвитку соціального туризму проходила кілька етапів, від «передісторії туризму» до сучасного «масового соціального туризму». Початкові етапи охоплювали період до XIX ст., коли подорожі були елітарними, а основними мотивами були торгівля, освіта, паломництво та лікування. З розвитком транспорту в XIX ст. з'явилися умови для елітарного туризму та поява перших спеціалізованих підприємств. Після Другої світової війни туризм набув масового характеру, сформувалася індустрія відпочинку. Сучасний етап характеризується переходом від конвеєрного туризму до диференційованого, який відповідає індивідуальним потребам туристів.

Основні моделі, які застосовуються в глобальному масштабі, включають [18] (рис.1.1):

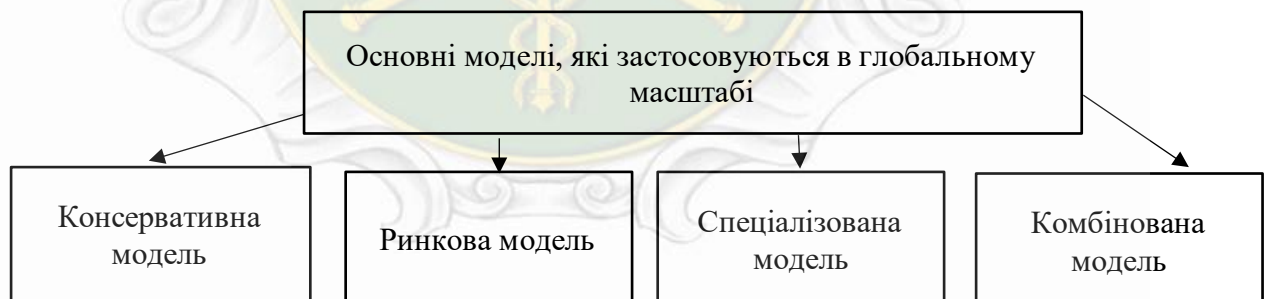


Рисунок 1.1 – Основні моделі, які застосовуються в глобальному масштабі

Консервативна модель зосереджується на державній підтримці та фінансуванні соціального туризму. Ця модель застосовується у країнах, де великий акцент робиться на соціальну рівність та доступність туристичних послуг для всіх громадян, включаючи незахищені верстви населення. Мета такого підходу - забезпечити рівний доступ до відпочинку та оздоровлення, підтримуючи внутрішній туризм і розвиток місцевих туристичних ресурсів.

Ринкова модель базується на принципах ринкової економіки, де роль держави мінімізована, а основний акцент робиться на приватні ініціативи та конкуренцію. Застосування цієї моделі припускає, що сильні та конкурентоспроможні приватні компанії можуть ефективно розвивати туристичну галузь, інвестуючи у маркетинг, інновації та покращення якості послуг. Мета - стимулювати економічний розвиток та залучення іноземних туристів через підвищення якості та різноманітності туристичного продукту.

Спеціалізована модель передбачає створення спеціалізованих державних структур або органів для керівництва та регулювання туристичної індустрії. Метою такого підходу є забезпечення координованого розвитку туризму на національному та регіональному рівнях, підтримка інвестицій в інфраструктуру та просування країни як привабливого туристичного напрямку.

Комбінована модель інтегрує елементи державного регулювання та ринкових механізмів, адаптуючись до змінних умов ринку та потреб населення. Ця модель дозволяє ефективно реагувати на глобальні тенденції, стимулювати розвиток різних сегментів туристичного ринку та підвищення якості життя громадян. Застосування комбінованої моделі передбачає формування гнучкої та адаптивної стратегії розвитку туризму, що враховує потреби різних соціальних груп населення, підтримку сталого розвитку та збереження культурної спадщини.

Кожна з цих моделей має свою специфіку застосування та орієнтована на досягнення конкретних цілей у контексті розвитку соціального туризму. Вибір конкретної моделі залежить від економічних умов країни, рівня

розвитку туристичної інфраструктури, потреб та очікувань мешканців та туристів, а також від загальних стратегічних цілей у сфері туризму.

Ефективне застосування вибраної моделі дозволяє не лише розвивати туристичну галузь, але й забезпечувати соціальну інклюзію, стимулювати економічне зростання, підтримувати збереження культурної та природної спадщини, а також підвищувати якість життя населення.

Моделі розвитку соціального туризму еволюціонували від елітарних подорожей до масового соціального туризму, який забезпечує більшу доступність та індивідуалізацію для різних груп населення. Ця еволюція включає перехід від конвеєрного туризму, що зосереджений на стандартизованих послугах, до диференційованого туризму, який враховує індивідуальні потреби та бажання туристів. Зміни в моделях розвитку соціального туризму відбуваються на тлі технологічного прогресу, змін у соціальних нормах та зростання доходів населення, що дозволяє більшій кількості людей подорожувати [7].

Незважаючи на складну ситуацію в туристичній галузі в післявоєнний час вона повинна стати ключовою у стратегії економічного відновлення. Однак працювати над цим потрібно вже сьогодні. Зокрема, необхідно включити розвиток туризму в програми післявоєнного відновлення, вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо їх виходу в Україну, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків, розробити туристичні програми по місцям військової слави ЗСУ, працювати над відновленням туристичної інфраструктури, просувати нестандартні формати туризму, відкривати національні офіси туризму в інших країнах.

Розвиток соціального туризму також тісно пов'язаний зі стратегічним розвитком соціального партнерства в освіті та інших сферах, що сприяє інтеграції різних суб'єктів та створенню ефективної багатосторонньої структури співпраці.

Соціальний туризм стикається з рядом викликів, які можуть обмежувати його розвиток та доступність (таблиця 1.3).

Таблиця 1.3 – Виклики, які обмежують розвиток соціального туризму
[11, 17, 20]

Виклики	Характеристика
Обмежене фінансування	Одним із головних викликів для соціального туризму є недостатнє або нестабільне фінансування з боку держави та приватного сектору. Це обмежує можливості для створення та підтримки програм, спрямованих на соціально незахищені групи.
Недоліки інфраструктури	Багато туристичних об'єктів та послуг не адаптовані до потреб осіб з особливими потребами, включаючи обмежений фізичний доступ або відсутність спеціалізованого обладнання та сервісів.
Інформаційний бар'єр	Відсутність достатньої та доступної інформації про можливості соціального туризму є великою проблемою. Потенційні користувачі часто не знають про існуючі програми або не розуміють, як скористатися доступними ресурсами.
Соціальні стереотипи	Суспільні стереотипи та недостатнє розуміння важливості соціального туризму можуть призводити до недооцінки його потенціалу з боку урядових органів, приватного сектору та широкої громадськості.
Законодавча база	Відсутність чіткої законодавчої бази та нормативів для регулювання та підтримки соціального туризму є великою перешкодою для його розвитку.
Міжсекторальна координація	Неефективна координація між різними органами влади, приватним сектором та громадськими організаціями обмежує можливості для створення інтегрованих та ефективних програм соціального туризму.
Вплив економічних та політичних криз	Економічні негаразди, політична нестабільність та інші макроекономічні фактори можуть негативно впливати на доступність та якість послуг соціального туризму.

Долаючи ці виклики, Україна може значно покращити стан та перспективи розвитку соціального туризму, забезпечивши доступність та інклюзивність туристичних послуг для всіх груп населення.

Щоб подолати існуючі бар'єри та розширити можливості соціального туризму, Україна може використовувати міжнародний досвід. Наприклад, прикладом для наслідування може слугувати програма «Holiday Bonus» в Італії, яка передбачає надання фінансових ваучерів сім'ям з низьким доходом для використання в туристичних цілях. Україна могла б розробити подібні фінансові стимули, а також працювати над поліпшенням транспортної доступності та інфраструктури [4].

На основі аналізу сучасного стану соціального туризму в Україні та вивчення міжнародного досвіду можна сформулювати наступні рекомендації для розвитку цієї галузі [3]:

Розробка та імплементація національної стратегії соціального туризму. Ця стратегія повинна включати чіткі цілі, завдання, механізми реалізації та моніторингу. Важливо, щоб вона охоплювала не лише потреби внутрішнього туризму, але й створювала умови для міжнародного соціального туризму.

Підвищення інформаційної доступності та прозорості програм соціального туризму. Необхідно забезпечити легкий доступ до інформації про доступні програми соціального туризму через сучасні медіа-платформи та соціальні мережі.

Залучення приватного сектору до розвитку соціального туризму. Співпраця з готелями, транспортними компаніями, туроператорами для створення спеціальних пропозицій та знижок для соціально незахищених категорій громадян може стати ефективним кроком до розвитку галузі.

Впровадження та розширення програм фінансових субсидій та ваучерів для соціального туризму. На зразок італійської програми "Holiday Bonus", Україна може запровадити систему ваучерів, які дозволять соціально незахищеним категоріям громадян отримувати фінансову підтримку для подорожей.

Розвиток інфраструктури доступного туризму. Це означає створення та модернізація туристичної інфраструктури з урахуванням потреб осіб з обмеженими можливостями, включаючи безбар'єрне середовище в місцях відпочинку, на транспорті та в готелях.

Організація навчальних програм для представників туристичного сектору. Підвищення обізнаності та кваліфікації працівників сфери туризму щодо особливостей обслуговування осіб з особливими потребами та соціально незахищених категорій громадян.

Співпраця з міжнародними організаціями та обмін досвідом. Україні варто активніше залучатися до міжнародних проектів та програм у сфері

соціального туризму, щоб обмінятися досвідом і знайти нові можливості для розвитку.

Стимулювання місцевих ініціатив. Підтримка місцевих громад у розвитку соціального туризму може стати потужним драйвером зростання для регіонального розвитку та залучення туристів.

Ці рекомендації можуть стати основою для розробки комплексної програми розвитку соціального туризму в Україні, спрямованої на забезпечення доступності та інклюзивності туристичних послуг для всіх категорій населення [14, 19, 25].

Україна відіграє важливу роль у забезпеченні доступності туристичних та культурних послуг для різних соціальних груп, але стикається з низкою викликів. Незважаючи на існування програм для школярів, пенсіонерів, осіб з обмеженими можливостями та малозабезпечених сімей, соціальний туризм потребує додаткової уваги та ресурсів для розвитку. Важливість соціального туризму як інструменту соціальної інтеграції та підвищення якості життя не може бути недооцінена. Проте, обмежене фінансування, недостатня інфраструктура та відсутність інформаційної підтримки є серед основних перепон на шляху його розвитку. Однак, вивчення міжнародного досвіду та адаптація кращих практик, таких як програми фінансових субсидій та розвиток безбар'єрного туризму, можуть стати ефективним шляхом до покращення ситуації. Рекомендації, спрямовані на розробку національної стратегії соціального туризму, залучення приватного сектору та стимулювання місцевих ініціатив, є ключовими для подальшого розвитку цієї сфери. Розвиток соціального туризму не лише сприятиме соціальній справедливості, але й матиме позитивний вплив на соціально-економічний розвиток України в цілому, забезпечуючи доступ до туристичних ресурсів країни для всіх її громадян [22].

Прогнози щодо змін в моделях розвитку соціального туризму у зв'язку з війною вказують на потенційне зростання внутрішнього та регіонального туризму, а також на зміну пріоритетів споживачів у бік безпеки та сталого

розвитку. Військові конфлікти можуть стимулювати розвиток туристичних напрямків, що відзначаються високим рівнем безпеки та соціальної відповідальності, а також сприяти збільшенню інвестицій у місцеву інфраструктуру та розвиток громад. Очікується, що важливість соціального туризму як інструменту відновлення та підтримки постраждалих регіонів зростатиме.

Отже, соціальний туризм є важливим інструментом для забезпечення доступності туристичних послуг широким верствам населення, включаючи малозабезпечені групи, пенсіонерів, молодь та людей з обмеженими можливостями. Моделі розвитку соціального туризму мають на меті не тільки забезпечити доступ до відпочинку та подорожей для всіх, але й сприяти соціальній інтеграції, культурному обміну та освіті через туризм.

Розвиток соціального туризму вимагає комплексного підходу, залучення різних зацікавлених сторін та адаптацію до місцевих умов та потреб. Це не тільки покращує якість життя населення, але й сприяє соціальній справедливості та культурному розвитку.



РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1 Сучасний стан та проблеми розвитку соціального туризму в Україні

Соціальний туризм, будучи складовою загального ринку туризму, часто не виділяється як окремий сегмент в офіційних звітах. Однак, можна зазначити, що соціальний туризм має важливе значення у багатьох країнах, особливо в Європі, де уряди активно підтримують доступність відпочинку для всіх груп населення.

Соціальний туризм може включати ініціативи, такі як: відпочинок для пенсіонерів; пільгові поїздки для молоді та студентів; туристичні програми для осіб з інвалідністю; спеціальні програми для малозабезпечених сімей.

В Європі, де соціальний туризм має довгу історію підтримки з боку урядів, частка соціального туризму може становити значний відсоток від загального обсягу внутрішнього туризму. В багатьох країнах ЄС він становить значний сегмент ринку внутрішнього туризму.

В Україні соціальний туризм ще розвивається, і його частка в загальному обсязі туризму є меншою порівняно з європейськими країнами. Однак, зростаюча увага до потреб вразливих груп та прагнення інтегрувати міжнародні практики можуть збільшити його значимість у майбутньому.

Ще до лютого 2022 року міжнародні подорожі з України і в Україну ускладнилися на тлі ризику повномасштабної фази війни. Авіакомпанії скасовували рейси, страхові компанії відмовлялися покривати ризики. Війна й туризм, здавалося б, поняття несумісні. Однак туристична галузь виявилася частиною стійкості України. Із перших днів вторгнення її працівники допомагали мільйонам людей з евакуацією, розміщенням, харчами

й емоційною підтримкою. Повномасштабна війна кардинально змінила умови для туризму, але не знищила його.

До пандемії коронавірусу й повномасштабного вторгнення, туристична сфера складала 2,3 % ВВП України й давала близько 375 тис. робочих місць. Однак реальний внесок туризму в якість життя й добробут українців був більшим, адже його мультиплікативний ефект стимулює витрати в суміжних галузях: транспорті, торгівлі, закладах харчування тощо. Такий непрямий результат того ж 2019 року становив 7 % ВВП і 1,2 млн робочих місць. Звісно, є ще неофіційний сегмент бізнесу, підрахувати значення якого дуже складно. Також ці цифри не відображають внесок туризму в ментальне й фізичне здоров'я українців.

Масштаби впливу воєнних дій на український туризм поки складно оцінити сповна, адже повномасштабна війна триває. Однак уже зараз відомо, що 2023 року туристичних підприємств поменшало на 36 % порівняно з 2021 роком. Російська окупація, воєнні дії та постійні обстріли різних регіонів призводять до руйнувань інфраструктури: готелів, баз відпочинку, аеропортів, залізничного сполучення. А також музеїв, історичних пам'яток, природи — того, заради чого люди мандрують (якщо не йдеться про робочі поїздки). Значні території на сході, півдні й півночі України заміновані. За оцінками іноземних експертів, це близько 30 % від усієї площі країни. Ще важче оцінити довготривалий вплив війни на туристичний потенціал країни, адже допоки у світі Україну асоціюватимуть із руйнуваннями й горем, викликом буде переконати міжнародну спільноту в її безпечності й надійності для туризму та вкладання інвестицій.

Попри все, туризм в Україні працює далі, підлаштовуючись під нові реалії. У бюджети регіонів надходить туристичний збір, який сплачують мешканці готелів та інших закладів тимчасового розміщення.

Щодо соціального туризму, то в Україні існують державні та приватні ініціативи, які спрямовані на підтримку соціального туризму для пенсіонерів, молоді, сімей з дітьми, та осіб з обмеженими можливостями. Ці програми

включають знижки на проїзд, відвідування музеїв, культурних та природних об'єктів.

Останніми роками внутрішній туризм набирає популярності, зокрема через економічні умови, геополітичні обставини та війни. Це спонукає більше українців відкривати для себе історичні та культурні пам'ятки своєї країни.

Регіональні управління культури та туризму активно розробляють спільні проекти, що включають обмін досвідом і ресурсами для підтримки соціального туризму.

Приклади заходів по областях:

- Західна Україна: Львівська, Івано-Франківська, та Закарпатська області активно розвивають культурний туризм, забезпечуючи доступність історичних замків, музеїв, та природних резерватів. Ці регіони пропонують програми, які залучають різні соціальні групи.

- Південна Україна: Одеська область використовує свій узбережний потенціал для організації рекреаційних поїздок для літніх людей та молоді, часто з державною підтримкою.

- Центральна Україна: Київ та Черкаська область зосереджуються на розвитку екологічного та освітнього туризму, надаючи спеціальні програми для шкільних екскурсій та студентських груп.

Воєнний час створив нові суспільні запити, на які соціальний туризм гнучко реагує, набуваючи нових суспільних функцій.

Представники туристичної галузі підтримують військових, тимчасово переміщених осіб і всіх постраждалих від війни: як фінансово, так і своїми послугами. Наприклад, її працівники на Закарпатті в межах анонімного опитування зазначали, що в перші три місяці повномасштабного вторгнення особливо відчували солідарність до своїх співвітчизників і дуже хотіли допомогти тим, хто вимушено покидав свої домівки, — саме допомога їм сприяла збереженню оптимізму й вірі в перемогу. Це стало визначальним чинником для подальшого існування їхнього бізнесу.

Соціальний туризм в Україні залишається відносно нерозвиненим порівняно з багатьма країнами Європи, але він поступово набирає обертів завдяки підвищенню уваги до соціальних питань та потреби у стимулюванні внутрішнього туризму. Урядові та неурядові організації працюють над створенням умов для різних соціальних груп, включаючи молодь, пенсіонерів, сім'ї з дітьми та осіб з особливими потребами, щоб вони могли більше подорожувати в межах країни.

Основні ініціативи часто спрямовані на забезпечення доступних відпочинкових турів, організацію культурно-освітніх подій та сприяння туризму до історичних та природних пам'яток України.

Проблеми розвитку соціального туризму в Україні (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Проблеми розвитку соціального туризму в Україні

Проблема	Опис
Обмежене фінансування	Однією з головних перепон у розвитку соціального туризму є відсутність достатнього фінансування. Урядові програми часто стикаються з бюджетними обмеженнями, що впливає на їх ефективність та доступність
Інфраструктурні бар'єри	Багато місць в Україні не адаптовані для відвідувачів з особливими потребами. Відсутність пандусів, спеціальних туалетів та інших засобів доступності обмежує можливості для соціального туризму.
Недостатня інформація та промоція	Проблемою є також недостатня інформація про можливості соціального туризму, що доступна цільовим групам. Багато потенційних учасників просто не знають про доступні програми або не розуміють, як їх можна використати.
Координація між органами влади та приватним сектором	Існує відсутність ефективної взаємодії між державними органами, що займаються туризмом, соціальним захистом та приватними туроператорами. Це ускладнює створення комплексних програм, які б враховували різні аспекти соціального туризму.
Підвищення якості послуг	Важливим аспектом є також потреба у підвищенні якості туристичних послуг, що надаються в рамках соціального туризму, щоб зробити їх більш привабливими та комфортними для користувачів.

Для подолання цих викликів необхідні спільні зусилля уряду, бізнесу та громадського сектору. Забезпечення сталого фінансування, покращення інфраструктури та доступності, активна інформаційна кампанія та створення ефективних партнерських мереж можуть значно підвищити рівень та якість соціального туризму в Україні.

Соціальний туризм в Україні як напрям соціально-культурної та гуманітарної політики потребує не тільки законодавчого визнання з боку держави, а й беззаперечного сприяння та підтримки в організації і сталому розвитку в сучасній Україні. Він може стати ефективним чинником оздоровлення нації та підсектором економіки країни за умов партнерства її державного і приватного секторів. З метою підтримки та розвитку соціального туризму, його більшої доступності для слабозахищених соціальних груп населення держава повинна законодавчо передбачити для підприємств, закладів та громадян, що займаються розвитком соціального туризму, ряд переваг:

- при ліцензуванні у сфері соціального туризму ліцензійний збір не утримувати;
- введення пільгової шкали оподаткування на послуги, що надаються закладами соціального туризму по оздоровленню, туристично-екскурсійному обслуговуванню, виготовленню та прокату туристичного спорядження, а також по податках на майно закладів соціального туризму, на утримання об'єктів соціально-культурної сфери;
- звільнення від оподаткування земель, що зайняті об'єктами соціального туризму;
- при наданні туристичних послуг соціального характеру (в системі дитячо-юнацького туризму, туризму людей похилого віку та туризму інвалідів будь-яких послуг) податок на додаткову вартість на туристичний продукт перетворювати в соціальну туристичну ренту, що не підлягає оподаткуванню, та повністю спрямовується на підтримку та розвиток соціального туризму;
- здійснення безкоштовної цільової сертифікації.

Соціальний туризм являє собою важливий інструмент соціальної інтеграції та покращення якості життя для багатьох груп населення, тому підтримка та розвиток цього напрямку є важливими для будь-якої країни.

Отже, соціальний туризм є особливим видом організації відпочинку різних верств населення, що передбачає відновлення людського ресурсу із

забезпеченням і задоволенням усі загальних та специфічних потреб туриста. Зарубіжний досвід показує, що необхідною умовою розвитку такого виду туризму є державна підтримка, чітко сформована стратегія та схема фінансування. Оскільки, вважаємо, що Україна має досить потужний потенціал у галузі туризму, то є реальна можливість запровадження такого виду туризму саме у нас.

2.2 Організаційно-економічна характеристика туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»

Туристична агенція «Поїхали з нами» – туристичне агентство, найбільше на туристичному ринку України. Мережа нараховує більш ніж 300 офісів в 78 містах. Сфера діяльності — продаж туристичних продуктів (гарячі тури, путівки, екскурсійні тури) різних туристичних операторів.

Логотип компанії відображений на рисунку 2.1.

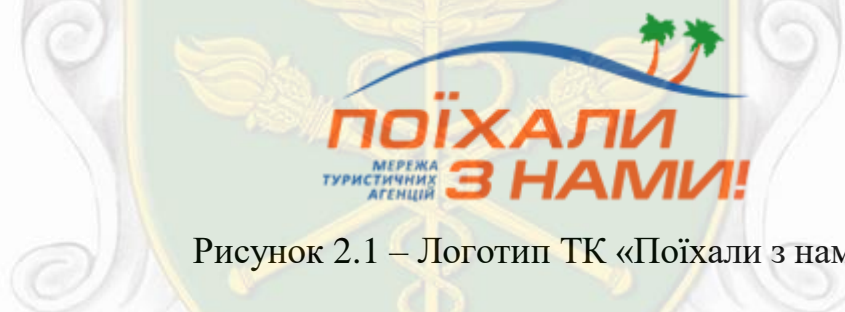


Рисунок 2.1 – Логотип ТК «Поїхали з нами»

ТК «Поїхали з нами» засновано Антоном Рудичем (34 %), Марією Тереховою (33 %) і Олексієм Ковалем (33 %). Мережа «Поїхали з нами» створена виключно за рахунок внутрішніх інвестицій і є повністю українською компанією. На сьогоднішній день 98 % офісів мережі працюють на підставі договору комерційної концесії (франчайзинг). Вони виступають самостійними бізнес-одинацями. У компанії 3 власних офіси з-поміж більше ніж 300 офісів мережі. Генеральний директор – Олег Кулик.

Компанія «Поїхали з нами» створена у 2004 році. Передумовою цьому стала поява сайту www.turne.com.ua і програми «IntellyTracker», що пізніше була перейменована в «Cognesia». Портал www.turne.com.ua дав можливість туристичним агентствам розміщувати рекламу і отримувати замовлення, але засновники зіткнулися з тим, що туристичний бізнес ще не був готовий до роботи в інтернеті. Вихід з цієї ситуації був один – створення власної мережі. Першим у 2004 році відкрився офіс у центрі Києва, на вулиці Великій Васильківській.

У 2006 році відкрили другий офіс, а у 2007 році – третій. З того моменту почався активний розвиток мережі. Компанія від часу заснування співпрацювала с такими туроператорами, як «Karya Tour», «Tez Tour», «Pegas», «Anex Tour» та іншими.

Основні туристичні напрямки компанії — Туреччина і Єгипет. В різний час тури в ці країни займали від 40 до 80 % загального об'єму перевезень. «Поїхали з нами» починає активно розвивати напрямок «працевлаштування за кордоном», також планується розвиток окремої мережі у цьому напрямку.[2]

Компанія лідирує серед найбільших українських туроператорів по об'ємам продажу серед незалежних туристичних мереж. «Поїхали з нами» — найбільша мережа турагентств в Україні станом на кінець 2015 року (після банкрутства мережі турагентств «Гарячі тури»).

Підприємство пропонує тури практично в будь-який куточок світу. Величезна база готелів на будь-який смак. Підприємство дбаємо про клієнтів 24/7. Найрозвиненіша мережа офісів туристичних агенцій в Україні. Працює тільки з надійними партнерами, щоб пропонувати кращі тури для клієнтів. Є послуга страхування від невіїзду за бажанням клієнта. Також можна придбати тур в розстрочку.

Ми досліджуватимемо офіс у Вінниці, юридично зареєстровано на ФОП Бобирев Сергій Борисович, торгова назва – туристична компанія «Поїхали з нами Вінниця», місто Вінниця.

Протягом останніх трьох років, на підприємстві (в штаті) працює 5 осіб, а також є наймані працівники на певний процес на роботі: Сергій Бобирєв (директор); Дмитро Макарчук (керівник офісу); Юлія Солодка (менеджер); Ніна Марчук (менеджер), Клепко Тетяна (менеджер). Організаційна структура відображена на рисунку 2.2.

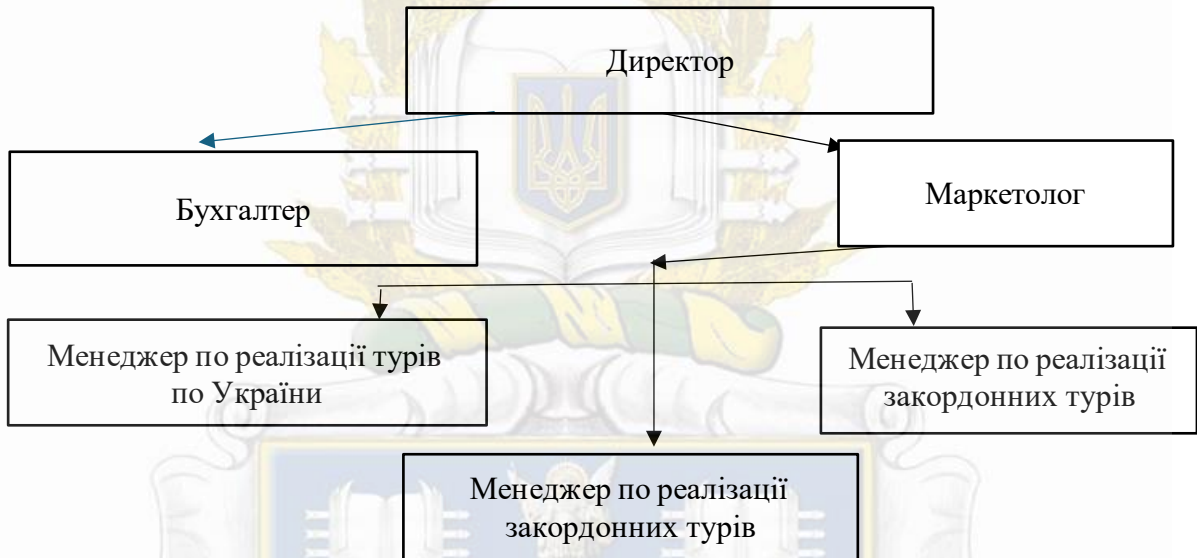


Рисунок 2.3 – Організаційна структура ТК «Поїхали з нами Вінниця»

Проаналізуємо фінансові результати підприємства. Проаналізуємо за календарні роки 2021-2023 роки (таблиця 2.2) та поквартально врахувавши перший квартал 2024 року (таблиця 2.3). Для цього оцінимо Баланс та Фінансові результати за 2021-2023 рр. (додаток А та додаток Б).

Таблиця 2.2 – Основні фінансові показники, тис.грн

Показник	2021 р	2022 р	2023 р	Абс.відхилення 2022-2021	Абс.відхилення 2023-2022
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1432,7	1113,50	2514,90	-319,2	1401,4
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2645,3	1960,80	2334,40	-684,5	373,6
Разом доходи	1432,7	1113,50	2514,90	-319,2	1401,4
Разом витрати	2645,3	1960,80	2334,40	-684,5	373,6

Продовження таблиці 2.2						
Фінансовий результат до оподаткування	-685	-847,30	180,50	-162,3	1027,8	
Податок на прибуток	89	42,60	85,90	-46,4	43,3	
Чистий прибуток (збиток)	-774	-889,90	94,60	-115,9	984,5	

З таблиці 2.2 видно, що чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зазнав коливань: зниження в 2022 році порівняно з 2021 роком, та значне збільшення в 2023 році. Собівартість реалізованої продукції показує спад у 2022 році та незначне зростання в 2023 році. Фінансовий результат до оподаткування виявився негативним у 2021 і 2022 роках, але став позитивним у 2023 році. Чистий прибуток (збиток) залишався негативним у 2021 і 2022 роках, але став позитивним у 2023 році.

На основі наданої інформації можна сформулювати детальний опис змін у фінансових показниках компанії за період з 2021 по 2023 роки.

Чистий дохід від реалізації продукції:

- В 2021 році, вихідна точка аналізу, дохід був на певному рівні.
- У 2022 році спостерігалось зниження чистого доходу порівняно з 2021 роком, що свідчить про зменшення продажів та падіння цін на послуги.
- В 2023 році чистий дохід значно збільшився, що може вказувати на відновлення попиту, підвищення цін та введення нових послуг.

Собівартість реалізованої продукції:

- У 2022 році було зафіксовано спад собівартості, що є результатом зменшення виробничих обсягів або ефективності операцій.
- У 2023 році собівартість зросла, що обумовлено збільшенням виробничих обсягів, підвищенням цін.

Фінансовий результат до оподаткування:

- У 2021 та 2022 роках фінансовий результат до оподаткування був негативним, свідченням чого є фінансові труднощі.

- У 2023 році результат став позитивним, що свідчить про поліпшення фінансового стану компанії.

Чистий прибуток (збиток):

- Залишався негативним у 2021 і 2022 роках, що вказує на фінансові втрати.

- У 2023 році чистий прибуток став позитивним, демонструючи покращення фінансового здоров'я компанії.

Ці зміни пов'язані з внутрішніми заходами компанії по оптимізації витрат, покращенню управління, а також з зовнішніми факторами, як-от зміни умов на ринку, коливання валютних курсів, пандемія та війна.

В таблиці 2.3 розглянемо динаміку показників за перші квартали 2022-2024 роки.

Таблиця 2.3 – Динаміка показників за перший квартал 2022-2024 роки, тис.грн

Показник	I квартал 2022 р	I квартал 2023 р	I квартал 2024 р	Абс.відхилення 2023-2022	Абс.відхилення 2024-2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	278,38	628,73	756	278,38	628,73
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	490,20	583,60	565	490,20	583,60
Чистий прибуток (збиток)	-222,48	23,65	37,9	-222,48	23,65

Аналізуючи динаміку фінансових показників за перший квартал 2022-2024 років, можна відзначити значні зміни в доходах, собівартості і чистому прибутку (збитках) компанії.

Абсолютне відхилення доходу від 2022 до 2023 року становить 278,38 тис. грн., що свідчить про значне збільшення обсягів продаж. Від 2023 до 2024

року відхилення складає ще більш значні 628,73 тис. грн., що демонструє стабільне зростання доходів компанії.

Собівартість реалізованої продукції. Ці зміни показують, що собівартість зросла від 2022 до 2023 року на 490,20 тис. грн., але потім спостерігається зменшення в 2024 році на 583,60 тис. грн., що може вказувати на покращення ефективності виробничих процесів або зменшення витрат на матеріали.

Чистий прибуток (збиток). Таке перетворення зі збитку в прибуток між 2022 та 2023 роками на -222,48 тис. грн., а потім збільшення прибутку в наступному році на 23,65 тис. грн. вказує на покращення фінансового стану компанії. Зменшення собівартості та збільшення доходів сприяли цій позитивній динаміці.

Ці дані свідчать про значне поліпшення у фінансовому стані компанії протягом аналізованого періоду, що демонструє успішність стратегій управління і зростання компанії в умовах складного ринку.

В 2021 році був складний рік, тому такі показники, через наслідки COVID-19, які вплинули на туристичну галузь зниженням попиту на подорожі та туризм, було багато обмежень.

В 2022 році відбулось збільшення фінансових втрат, що пов'язане з початком війни в Україні. Значне скорочення доходів та продовження високих витрат призвели до збільшення збитків. Це включило втрату клієнтів, скорочення туристичної активності та збільшення оперативних витрат.

А вже 2023 рік - фінансове відновлення, це є результатом адаптації компанії до умов воєнного часу, розширення внутрішнього туризму, соціального туризму та успішного впровадження нових туристичних продуктів і сервісів. Збільшення чистого доходу та зниження витрат, в порівнянні з попереднім роком, сприяло зростанню прибутку.

З огляду на успішний 2024 рік для ТК «Поїхали з нами Вінниця», покажемо, чим займається підприємство протягом 6 місяців.

ТК «Поїхали з нами Вінниця» значно збільшила обсяги продажів завдяки ефективним маркетинговим стратегіям та розширенню пропозиції туристичних продуктів. Оновлення турпакетів, що відповідають змінам у споживчих уподобаннях, сприяли підвищенню попиту.

Фірма впровадила новітні цифрові рішення для покращення взаємодії з клієнтами, включаючи мобільний додаток для замовлення та управління турами, що забезпечив вищу клієнтську задоволеність і лояльність. Компанія успішно вийшла на нові географічні ринки, запропонувавши адаптовані путівки для міжнародних туристів, що дозволило залучити нові сегменти клієнтів. Фірма ініціювала ряд соціальних проєктів, наприклад, програми підтримки місцевих спільнот у туристичних регіонах, що сприяло підвищенню корпоративного іміджу і зміцненню бренду на ринку.

Компанія демонструє високу фінансову стабільність та здатність до самофінансування завдяки ефективному управлінню ресурсами і оптимізації витрат.

Отже, аналіз ТА «Поїхали з нами Вінниця» показує, що попри значні виклики у 2021 та 2022 роках, ТК «Поїхали з нами Вінниця» змогла адаптуватися та досягти покращення фінансових результатів у 2023 та 2024 роки. ТК «Поїхали з нами Вінниця» впровадила ефективні стратегії кризового менеджменту, зосередила увагу на розвитку внутрішнього туризму. Ці зусилля також підкріплені змінами у маркетинговій стратегії, оптимізацією витрат або диверсифікацією туристичних продуктів.

2.3 Діяльність туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця» у розвитку соціального туризму

Для проведення аналізу соціального туризму, розглянемо всі види туризму, які пропонує туристична компанія «Поїхали з нами Вінниця», ми

спершу мусимо зібрати необхідні дані про кожен з видів туризму, які компанія надає. Це допоможе нам зрозуміти, яка частка кожного виду туризму становить в загальному обсязі послуг компанії.

В 2023 році кількість проданих турів за рік у кожній категорії (рис.2.3):

- Відпочинок на морі, пляжні тури: 500 турів.
- Внутрішні тури: 300 турів.
- Відпочинок з дітьми: 200 турів.
- Соціальні тури: 50 турів.
- Туристичні тури (тури з екскурсіями): 450 турів.
- Екстрим тури: 100 турів.
- Зелений туризм: 150 турів.
- Віртуальна реальність: 80 турів.

Загальна кількість турів: 1830 турів.

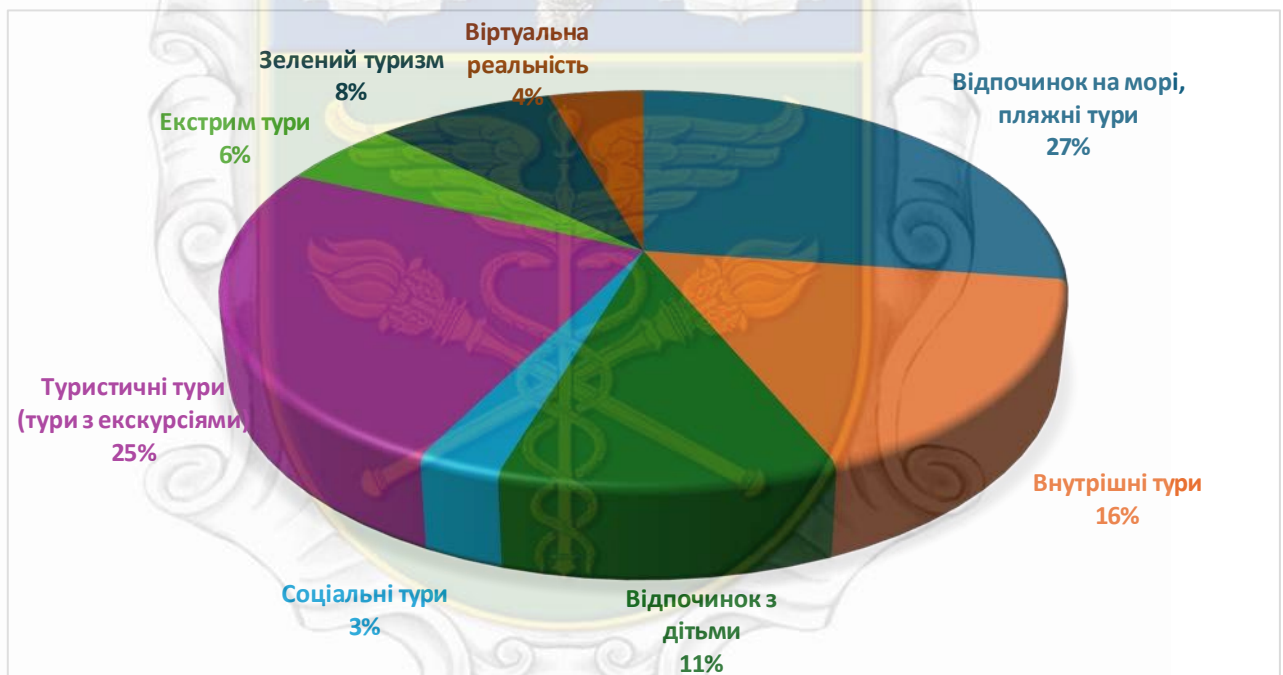


Рисунок 2.3 – Частка проданих турів ТК «Поїхали з нами Вінниця» за напрямками

Частку кожного виду туризму можна розрахувати, поділивши кількість турів у кожній категорії на загальну кількість турів, і помноживши результат на 100, щоб отримати відсоток.

Частка виду туризму = (Кількість турів у категорії / Загальна кількість турів) * 100%

Результати аналізу:

- Відпочинок на морі: $(500 / 1830) * 100\% \approx 27.3\%$
- Внутрішні тури: $(300 / 1830) * 100\% \approx 16.4\%$
- Відпочинок з дітьми: $(200 / 1830) * 100\% \approx 10.9\%$
- Соціальні тури: $(50 / 1830) * 100\% \approx 2.7\%$
- Туристичні тури: $(450 / 1830) * 100\% \approx 24.6\%$
- Екстрим тури: $(100 / 1830) * 100\% \approx 5.5\%$
- Зелений туризм: $(150 / 1830) * 100\% \approx 8.2\%$
- Віртуальна реальність: $(80 / 1830) * 100\% \approx 4.4\%$

Ці умовні дані та аналіз дають уявлення про структуру продажів туристичної компанії і дозволяють керівництву зрозуміти, які види турів найбільш популярні серед клієнтів, а також ідентифікувати потенційні можливості для розширення та покращення пропозицій.

Разом з туристичним оператором туристична компанія «Поїхали з нами Вінниця», враховуючи події пандемії COVID-19 та війни, що почалася в 2022 році, об'єднало свою діяльність у сфері соціального туризму і провели разом наступні ініціативи та програми, які відображені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Спільні програми та ініціативи на ТК «Поїхали з нами Вінниця»

Програми та ініціативи	Опис	Кількість проведених спільних програм
2021 рік. Адаптація під час пандемії		
Віртуальні тури по Вінниці:	Було організовано віртуальні тури для літніх осіб та тих, хто не може подорожувати через обмеження, пов'язані з пандемією. Використовувалось 360-градусні відео для віртуального	34

	відвідування історичних пам'яток та культурних локацій Вінниці. Цільова аудиторія. Літні особи та люди з обмеженими можливостями.	
2022 рік. Реагування на війну		
Туристичні послуги для внутрішньо переміщених осіб (ВПО):	Розроблені спеціальні тури та відпочинкові пакети для ВПО, які знайшли притулок у Вінниці, включаючи безкоштовні або та зі значними знижками відвідування місцевих атракцій. Цільова аудиторія: Внутрішньо переміщені особи, сім'ї з дітьми.	43
2023 рік: Відновлення та розвиток		
Кампанія «Відкрий для себе Вінницю»:	Програма, спрямована на популяризацію Вінниці як туристичного напрямку серед місцевих жителів, для стимулювання внутрішнього туризму та підтримки місцевої економіки. Цільова аудиторія: Мешканці Вінниці та навколишніх районів.	23
Програма «Гостинність Вінниці» для молоді:	Опис: Розвиток мережі доступних хостелів та молодіжних центрів, які надають знижки та спеціальні пропозиції для молодіжного туризму. Цільова аудиторія: Молодь, студенти.	27

Кожна з цих ініціатив, які були проведені протягом 2021 та 2023 роки, сприяли не тільки розвитку соціального туризму в регіоні, але й зміцненню громади, збільшенню соціальної кооперації та підтримці економічного розвитку Вінниці.

Отже, на основі аналізу діяльності туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця» можна зробити наступні висновки та розробити прогнози на майбутнє.

Компанія ефективно адаптувалася до складних умов, таких як пандемія COVID-19 та військовий конфлікт, реалізувавши ініціативи, що відповідають потребам специфічних груп населення, включаючи літніх людей, ВПО та місцевих жителів. Це засвідчує гнучкість компанії та її здатність оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Ініціативи, такі як віртуальні тури для літніх осіб та програми для ВПО, підкреслюють зосередженість компанії на соціальному впливі, що важливо для підтримки соціальної згуртованості та економічного розвитку регіону.

Діяльність компанії сприяла зміцненню її репутації як соціально відповідального бізнесу, що потенційно збільшує лояльність існуючих клієнтів та приваблює нових.

З урахуванням позитивного впливу ініціатив, спрямованих на вирішення соціальних проблем, компанія може розглянути можливості для розширення таких програм. Це може включати розробку нових турів та послуг, які сприятимуть інтеграції ВПО або підтримці молоді та студентів.

Очікується, що продовження інвестицій у цифровізацію послуг, зокрема у віртуальну реальність, зможе забезпечити доступність туристичних послуг для ширшого кола клієнтів, зокрема для тих, хто обмежений у можливостях реальних подорожей.

З огляду на зростаючу увагу до екологічних питань, компанія може виграти від розширення пропозицій зеленого туризму та сталого розвитку. Це може включати еко-тури, агротуризм та інші ініціативи, що сприяють охороні природи і залучають екологічно свідомих туристів.

Враховуючи поточні тренди та досвід компанії, «Поїхали з нами Вінниця» має хороші перспективи для подальшого розвитку як відповідального і інноваційного гравця на туристичному ринку України.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1 Концепція розвитку соціального туризму в Україні

Соціальний туризм в Україні може стати важливим інструментом соціальної інтеграції, підвищення доступності відпочинку та культурного обміну для всіх верств населення, особливо для тих, хто з різних причин обмежений у можливостях подорожувати. Розвиток цього напрямку вимагає комплексного підходу, що включає законодавчу підтримку, фінансування, розвиток інфраструктури та активну участь громадськості та приватного сектору.

Стратегічні напрямки відображені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Стратегічні напрямки розвитку соціального туризму

Напрямок	Характеристика
Законодавче забезпечення	Розробка та прийняття національних законів та нормативів, що сприятимуть розвитку соціального туризму, захисту прав туристів та забезпеченню доступності туристичних послуг для усіх категорій населення.
Фінансування та інвестиції	Забезпечення державною та місцевими бюджетами коштів на реалізацію програм соціального туризму. Залучення інвестицій від приватного сектору для розвитку інфраструктури та створення нових туристичних продуктів
Розвиток інфраструктури	Адаптація існуючої туристичної інфраструктури та створення нової, що відповідатиме потребам людей з обмеженими можливостями, сімей з дітьми, літніх осіб і т.д.
Інформаційна підтримка	Розробка та впровадження інформаційних кампаній про можливості соціального туризму, доступні програми та послуги. Використання Інтернету та соціальних мереж для поширення інформації.
Співпраця з громадськими організаціями	Налагодження тісної співпраці з НУО, що представляють інтереси осіб з обмеженими можливостями, пенсіонерів, молоді та інших соціальних груп для розробки та реалізації програм соціального туризму
Моніторинг оцінка	Впровадження системи моніторингу та оцінки ефективності реалізованих проектів та програм соціального туризму для постійного покращення якості послуг.

Виконання цих стратегічних цілей вимагає координації дій між різними міністерствами, місцевими владами, туристичними операторами, готельними ланцюгами та громадськими організаціями. Ключовим аспектом стане створення сприятливого інвестиційного клімату та розробка стимулів для приватних інвестицій у сферу соціального туризму.

Розвиток соціального туризму не тільки сприятиме соціальній інтеграції та рівності, але й значно збільшить туристичний потенціал України, роблячи її більш привабливою для внутрішніх та зарубіжних туристів.

Враховуючи, що результативність роботи ТК «Поїхали з нами Вінниця» вимагає започаткування солідарної відповідальності, необхідно запропонувати застосувати механізм державно-приватного партнерства, спрямованого на розподіл зобов'язань щодо збереження та відновлення трудового потенціалу національної економіки, використання якого можливе в рамках сформованих моделей розвитку соціального туризму в Україні, рис. 3.1.

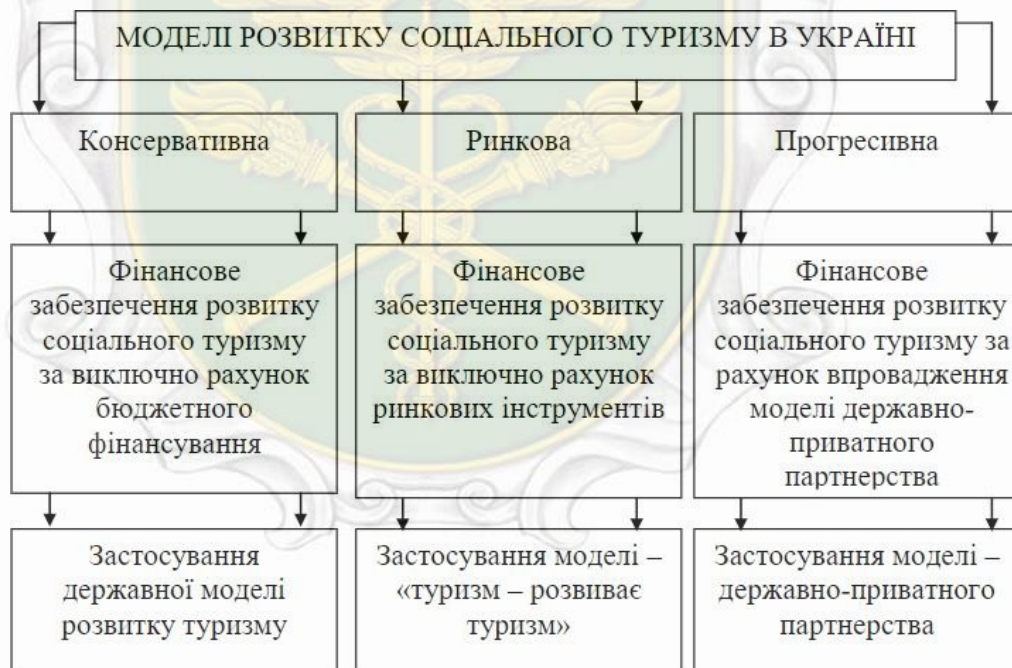


Рисунок 3.1 – Моделі розвитку соціального туризму в Україні

Розвиток соціального туризму може мати значний позитивний вплив як на окремі туристичні підприємства, так і на туристичну галузь в цілому в Україні. Для вашого підприємства, туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця», а також для ширшої туристичної індустрії, переваги можуть бути наступними:

Переваги для туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»:

1. Розширення клієнтської бази. Розвиток соціального туризму дозволяє залучити нові сегменти населення, які раніше не могли дозволити собі подорожі через фінансові обмеження або інші бар'єри. Це включає літніх людей, сім'ї з дітьми, осіб з обмеженими можливостями та соціально незахищені групи.

2. Покращення корпоративного іміджу. Активна участь у соціальних програмах та ініціативах підвищує репутацію компанії та її визнаність як соціально відповідального бізнесу. Це підвищує лояльність існуючих клієнтів та приваблює нових клієнтів, які цінують соціальну відповідальність.

3. Диверсифікація продуктів. Впровадження нових видів турів та послуг, спрямованих на різні соціальні групи, сприяє диверсифікації продуктового портфелю компанії. Це допомагає знизити ризики, пов'язані зі змінами в попиті на традиційні туристичні продукти.

Переваги для туристичної галузі в Україні:

1. Збільшення внутрішнього туризму. Залучення більшої кількості українців до внутрішнього туризму може значно збільшити обсяги ринку та компенсувати зниження міжнародного туристичного потоку, що може відбуватися через глобальні кризи, такі як пандемія або політична нестабільність.

2. Збільшення зайнятості. Розвиток нових туристичних сервісів і програм вимагає додаткових ресурсів, включаючи персонал для обслуговування нових клієнтів, що може сприяти зростанню зайнятості у туристичній сфері.

3. Підвищення міжнародного іміджу. Показуючи здатність України забезпечувати широкий доступ до туристичних послуг для всіх верств населення, країна може покращити свій міжнародний імідж та привабити більше іноземних туристів, які цінують інклюзивність та соціальну відповідальність.

Розширення соціального туризму в Україні, таким чином, може стати не тільки важливим фактором соціальної інтеграції, але й могутнім каталізатором економічного зростання та розвитку в туристичній галузі.

Для того, щоб розробити програми соціального туризму необхідно скористатися даними SWOT-аналізу та його результатами. Матрицю SWOT-аналізу соціального туризму в туристичній компанії «Поїхали з нами Вінниця» в Україні наведено у табл. В.1 (додаток В).

У деяких країнах головною метою соціального туризму – стимулювання соціальних змін за допомогою забезпечення соціальної доступності відпочинку. Соціальна доступність може бути трактована як спосіб подолання бар'єрів для людей, яким не вистачає досвіду подорожей чи певних навичок з організації подорожей.

Під час аналізу внутрішніх факторів стає помітно, що слабкі і сильні сторони мають приблизно однаковий вплив на роботу ТК «Поїхали з нами Вінниця», отже, потрібно максимально знизити втрати від слабких сторін та отримати вигоди від сильних.

Пропонуємо для туристичної сфери у Вінницькій області розробити та впровадити наступні проекти та програми соціального туризму, які б сприяли залученню різних соціальних груп та сприяли б розвитку місцевої громади (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Проекти та програми соціального туризму для туристичної сфери Вінниччини

Далі розпишемо дані пропозиції більш детально в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Опис проектів та програм соціального туризму для туристичної сфери Вінниччини

Напрямок в соціальному туризмі	Аналіз необхідних ресурсів
Програма «Соціальний відпочинок для літніх людей»	<p>Організація недорогих або безкоштовних турів для літніх людей, які включають відвідування місцевих культурних та природних пам'яток.</p> <p>Ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Автобуси з комфортабельними умовами для людей похилого віку. - Навчені гідни, які мають досвід роботи з літніми людьми. - Локації: Доступні та безпечні місця для відвідування. - Наявність медичного персоналу або швидкої допомоги на випадок екстрених ситуацій. - Бюджет: Залучення спонсорів або державних субсидій для покриття витрат.
Проект «Освітній туризм для молоді»	<p>Розробка спеціальних освітніх програм для студентів та школярів, що включають відвідування історичних, наукових та технологічних об'єктів.</p> <p>Ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Розробка навчальних матеріалів та програм. - Співпраця з освітніми закладами та науковими центрами. - Організація транспорту та розкладу відвідувань. - Бюджет: фінансування через освітні гранти або власні інвестиції компанії.

Продовження таблиці 3.2	
Проект «Вінниця доступна для всіх»	<p>Просування турів, які є доступними для людей з обмеженими фізичними можливостями, зокрема впровадження турів з спеціальними транспортними засобами та обладнаними локаціями.</p> <p>Ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Спеціальне обладнання: закупівля або оренда транспорту, придатного для інвалідних візків. - Адаптація місць відпочинку для забезпечення доступності. - Навчання співробітників особливостям обслуговування людей з особливими потребами. - Бюджет: інвестиції у вдосконалення інфраструктури та спеціальне обладнання.
Програма «Герої серед нас: відпочинок для військових та їхніх родин»	<p>Програма спрямована на підтримку військовослужбовців та їхніх сімей, пропонуючи їм спеціально організовані туристичні пакети зі значними знижками або навіть безкоштовні відпочинки. Програма має на меті надати можливість для відновлення та релаксації, враховуючи особливий внесок цих осіб у захист країни.</p> <p>Ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Залучення коштів через державні програми підтримки ветеранів, спонсорські внески від приватних компаній та благодійних фондів. - Організація комфортабельного транспорту та проживання, спрямованих на забезпечення належних умов для сімей з дітьми. - Розробка спеціальних розважальних та оздоровчих програм, які включають активний відпочинок, культурні заходи та екскурсії, адаптовані до потреб ветеранів та їхніх дітей. - Навчання персоналу для роботи з військовослужбовцями, включаючи підготовку з психологічної підтримки та знання особливостей роботи з травмованими ветеранами. - Наявність кваліфікованих медичних працівників і необхідного обладнання на випадок виникнення екстрених ситуацій.

Ці програми та проекти не тільки сприяють розвитку соціального туризму, але й підвищують загальну доступність та інклюзивність туристичних послуг у Вінниці, зміцнюючи репутацію компанії як соціально відповідального бізнесу.

Детальний кошторис для кожного з проектів та програм туристичної сфери Вінниччини може включати різноманітні види витрат, такі як зарплати працівників, оренда транспорту, програмне забезпечення, оренда приміщень тощо. В таблиці 3.3 відобразимо витрати за кожною програмою.

Таблиця 3.3 – Витрати за кожною програмою

Проект, програма	Кошторис по витратам
Програма «Соціальний відпочинок для літніх людей»	<ul style="list-style-type: none"> - Оренда комфортабельних автобусів: 25,000 грн на рік. - Оренда готельних номерів зі знижкою: 80,000 грн на рік. - Наявність медперсоналу: 30,000 грн на рік. - Координатори програми: 50,000 грн на рік. - Загальний кошторис: 185,000 грн на рік.
Проект «Освітній туризм для молоді»	<ul style="list-style-type: none"> - Оренда автобусів для групових поїздок: 40,000 грн на рік. - Розробка і друк навчальних брошур: 20,000 грн на рік. - Інтерактивні освітні платформи: 15,000 грн на рік. - Оренда приміщень: Лекційні зали: 25,000 грн на рік. - Зарплата персоналу: Викладачі та гіді: 100,000 грн на рік. - Загальний кошторис: 200,000 грн на рік.
Проект «Вінниця доступна для всіх»	<ul style="list-style-type: none"> - Оренда спеціально обладнаних автобусів: 50,000 грн на рік. - Ліцензії для навігаційних систем та адаптованих додатків: 10,000 грн на рік. - Залучення доступних локацій для заходів: 20,000 грн на рік. - 3 координатори програми: 120,000 грн на рік. - Навчання персоналу: 30,000 грн на рік. - Промоція програми: 40,000 грн на рік. - Загальний кошторис: 270,000 грн на рік.
Програма «Герої серед нас: відпочинок для військових та їхніх родин»	<ul style="list-style-type: none"> - Оренда мікроавтобусів: 30,000 грн на рік. - Оренда котеджів: 100,000 грн на рік. - Координатори та волонтери: 90,000 грн на рік. - Організація спеціальних подій: 50,000 грн на рік. - Загальний кошторис: 270,000 грн на рік.

Кожен проект та програма вимагають значних інвестицій, які мають бути покриті через доходи від продажу турів, спонсорські внески, гранти або державні субсидії. Ефективність кожного проекту залежить від його здатності генерувати достатні доходи для покриття витрат і створення соціальної вартості для цільових груп.

3.2 Проекти та програми соціального туризму для туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»

Для туристичної агенції «Поїхали з нами Вінниця» можна розробити кілька пропозицій, які сприятимуть розвитку соціального туризму, підвищенню видимості бренду на ринку та взаємодії з іншими суб'єктами туристичної індустрії (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4 – Проекти та програми соціального туризму для туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця»

Програма, проєкт	Мета, пропозиції, переваги для спонсорів	Локації
Спонсорська програма «Відкриваємо Вінницю разом»	<p>Мета: Популяризація історичних та культурних пам'яток Вінниці та навколишніх районів.</p> <p>Пропозиція: залучення місцевих бізнесів як спонсорів для організації тематичних екскурсійних турів.</p> <p>Спонсори можуть фінансувати рекламні матеріали, транспорт або сувенірну продукцію.</p> <p>Переваги для спонсорів: Реклама на всіх промо-матеріалах туру, згадка в соціальних мережах та можливість представлення власної продукції або послуг на заходах компанії.</p>	Основні історичні та культурні пам'ятки Вінниці, включаючи Вінницький водонапірний вежу, Музей-садибу М.Коцюбинського, та Національний музей-садибу М.Пирогова.
	Вплив на соціальний туризм. Залучення ТК «Поїхали з нами Вінниця» до місцевих бізнесменів до спонсорства дозволить організувати безкоштовні та пільгові екскурсії для пенсіонерів, студентів, і малозабезпечених груп населення, сприяючи їхньому культурному збагаченню та соціальній інтеграції.	
Проект «Соціальний туризм для всіх»	<p>Мета: Забезпечення доступності туристичних послуг для малозабезпечених верств населення та людей з обмеженими можливостями.</p> <p>Пропозиція: Співпраця з місцевою владою та громадськими організаціями для створення спеціальних туристичних програм, які б були доступні за зниженою ціною або безкоштовно.</p> <p>Результат: Залучення нових клієнтів, підвищення соціальної</p>	Реалізація проєкту може відбуватися у співпраці з різними туристичними об'єктами Вінниці та області, які мають безбар'єрний доступ, наприклад, в Подільський зоопарк або Ботанічний сад.

	відповідальності бренду, позитивний вплив на імідж компанії.	
	Вплив на соціальний туризм. Програма сприятиме інклюзивності та доступності туристичних послуг для осіб з обмеженими можливостями, ветеранів, та інших соціально вразливих груп, надаючи їм можливість активно відпочивати та брати участь у культурному житті громади.	
Спільні культурні ініціативи з іншими організаціями	<p>Мета: Розвиток культурного потенціалу регіону та створення нових туристичних продуктів.</p> <p>Пропозиція: Співпраця з музеями, галереями, артистами для організації спільних заходів, виставок, майстер-класів, що включатимуться в туристичні маршрути.</p> <p>Переваги: Збільшення привабливості туристичних маршрутів, можливість залучення більшої кількості туристів, розширення партнерської мережі.</p>	Співпраця може відбуватися з такими закладами, як Вінницький обласний художній музей або театр імені Садовського, де можливе проведення спільних виставок або культурних заходів.
	Вплив на соціальний туризм. Створення міжсекторальних партнерств з культурними інституціями підвищить туристичну привабливість Вінниці, залучаючи більше відвідувачів та сприяючи культурному обміну та розвитку громади.	

Для кожного з трьох основних проєктів, у яких планує брати участь ТК «Поїхали з нами Вінниця», розглянемо роль компанії, часові рамки, основних організаторів та потенційних партнерів які будуть відігравати ключову роль у реалізації і успіху кожного проєкту:

Для першої програми «Відкриваємо Вінницю разом» роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» як координатор всіх заходів. Компанія відповідатиме за логістику, бронювання, рекламу та забезпечення учасників необхідними ресурсами. Щодо часових рамок, то це протягом літнього туристичного сезону 2024 року.

Основний організатор: Місцеві культурні установи.

Для другого проєкту «Соціальний туризм для всіх» роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» ініціатор програми, адміністрування залучення грантів або спонсорських коштів, організація і координація туристичних заходів. Запуск програми пропонується на початку 2025 року.

Основний організатор: Вінницька міська рада та громадські організаціями.

Третій проєкт - Спільні культурні ініціативи з іншими організаціями. Роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» як промоутер культурних заходів, забезпечення транспортних та логістичних послуг, підтримка зі сторони маркетингу. Часові рамки заплановані протягом усього 2025 року. Основний організатор: ТК «Поїхали з нами Вінниця» спільно з культурними установами, такими як музеї та театри.

Всі ці заходи потребують залучення зовнішніх ресурсів та співпраці з іншими організаціями, оскільки самостійно організувати деякі із них ТК «Поїхали з нами Вінниця» не має права.

Активна участь ТК «Поїхали з нами Вінниця» в соціальних проєктах демонструє важливість соціальної відповідальності для сучасного бізнесу. Впровадження ініціатив, таких як програми «Відкриваємо Вінницю разом», «Соціальний туризм для всіх» та спільні культурні заходи, підкреслює бажання компанії не тільки отримувати прибуток, а й сприяти підвищенню якості життя в регіоні та залученню громадськості до культурного і соціального розвитку.

Такі ініціативи дозволяють:

1. Зміцнювати місцеву спільноту – через активне залучення громадських організацій та взаємодію з місцевою владою, створюючи стійкі партнерські відносини.

2. Покращувати імідж компанії – як соціально відповідального бізнесу, що позитивно впливає на лояльність клієнтів та збільшує привабливість бренду на ринку.

3. Розширювати ринкову присутність – через інноваційні та соціально значущі проєкти, що можуть привернути нові сегменти клієнтів, які цінують корпоративну етику і соціальну залученість.

Впровадження комплексних соціальних програм також може підвищити мотивацію та задоволеність працівників компанії, оскільки вони бачать свій

внесок не тільки у комерційний успіх, але й у поліпшення умов життя в їхніх громадах. Основний виклик полягає в тому, щоб забезпечити стале фінансування та управління цими програмами, що потребує як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій.

Останнім чином, активна участь у соціальних проєктах є важливою складовою стратегії розвитку ТК «Поїхали з нами Вінниця», що сприяє зміцненню позитивного соціального впливу, створенню нових можливостей для розвитку бізнесу та залученню ширшої аудиторії.

3.3 Оцінка ефективності запропонованих заходів

Оцінка ефективності запропонованих заходів туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця» залежить від декількох ключових аспектів, що включають соціальні, економічні, культурні та екологічні складові. Компанія ініціювала ряд соціальних програм, які впливають на різні сфери громадського життя та відображають її зобов'язання до сталого розвитку та соціальної відповідальності. Ці програми включають:

1. «Відкриваємо Вінницю разом» - цільова аудиторія програми, зокрема молодь та студенти, отримує змогу дізнатися більше про історичну та культурну спадщину свого регіону через екскурсії та інтерактивні заняття. Ефективність програми може бути виміряна через збільшення кількості учасників екскурсій, поліпшення інформованості про локальну історію, а також підвищення інтересу до культурного туризму в регіоні.

2. «Соціальний туризм для всіх» - програма, яка надає можливість вразливим верствам населення, включаючи людей з обмеженими можливостями, відвідувати туристичні об'єкти. Соціальна ефективність програми вимірюється кількістю включених учасників та їхньої задоволеності

від туристичного досвіду, зменшенням соціальної ізоляції та збільшенням доступності туристичних послуг.

3. Спільні культурні заходи – сприяють залученню громади до культурного життя міста, підвищують інтерес до місцевої історії та традицій. Ефективність таких заходів можна виміряти через збільшення кількості відвідувачів та учасників, а також через зростання визнання культурної значущості міста на національному та міжнародному рівнях.

Економічна ефективність цих заходів може бути оцінена через аналіз доходів від збільшення туристичного потоку та участі в програмах, а також через аналіз витрат та прибутковості пов'язаних з цими програмами діяльностей.

Екологічна ефективність важлива для програм, які включають активності в природних умовах, і може бути оцінена через здійснення заходів щодо мінімізації негативного впливу на довкілля та заохочення екотуризму.

Для проведення конкретних розрахунків ефективності запропонованих заходів туристичної компанії «Поїхали з нами Вінниця», потрібно визначити витрати на кожен захід, очікувані доходи, і на основі цього обрахувати відповідні показники окупності. Нижче наведено розрахунки для трьох програм:

1. Програма «Відкриваємо Вінницю разом».

Витрати: Організація екскурсій: 200,000 грн.; Маркетинг і реклама: 50,000 грн.; Адміністративні витрати: 30,000 грн.; Загальні витрати: 280,000 грн.

Доходи: Кількість учасників: 5000 осіб.; Ціна квитка: 200 грн за особу.;
Загальний дохід: 1,000,000 грн.

Розрахунок ROI:

$$ROI = (1,000,000 - 280,000) / 280,000 \times 100\% = 257\%$$

2. Програма «Соціальний туризм для всіх».

Витрати: Транспорт і логістика: 100,000 грн.; Маркетинг: 30,000 грн.;
Обслуговування і підтримка: 20,000 грн.; Загальні витрати: 150,000 грн.

Доходи: Кількість учасників: 2000 осіб.; Ціна квитка: 150 грн за особу.;
Загальний дохід: 300,000 грн.

Розрахунок ROI:

$$ROI=(300,000-150,000)/150,000\times 100\%=100\%$$

3. Спільні культурні заходи.

Витрати: Організація заходів: 250,000 грн.; Маркетинг: 70,000 грн.;
Адміністративні та інші витрати: 50,000 грн.; Загальні витрати: 370,000 грн.

Доходи: Кількість учасників: 10,000 осіб.; Ціна квитка: 100 грн за особу.;
Загальний дохід: 1,000,000 грн.

Розрахунок ROI:

$$ROI=(1,000,000-370,000)/370,000\times 100\%=170\%$$

Ці розрахунки вказують на потенційну фінансову вигоду від реалізації кожної з програм. Однак кінцевий вплив програм також залежить від їхньої здатності досягти невимірюваних соціальних вимог. Загалом, активна участь у цих програмах сприяє не тільки фінансовій стійкості ТК «Поїхали з нами Вінниця», але й створює значні соціальні та культурні вигоди, покращує імідж компанії та підтримує її стратегічні цілі у сфері сталого розвитку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Після написання кваліфікованої роботи ми дійшли до наступних висновків.

Соціальний туризм є важливим інструментом для забезпечення доступності туристичних послуг широким верствам населення, включаючи малозабезпечені групи, пенсіонерів, молодь та людей з обмеженими можливостями. Моделі розвитку соціального туризму мають на меті не тільки забезпечити доступ до відпочинку та подорожей для всіх, але й сприяти соціальній інтеграції, культурному обміну та освіті через туризм.

Розвиток соціального туризму вимагає комплексного підходу, залучення різних зацікавлених сторін та адаптацію до місцевих умов та потреб. Це не тільки покращує якість життя населення, але й сприяє соціальній справедливості та культурному розвитку.

Аналіз ТК «Поїхали з нами Вінниця» показує, що попри значні виклики у 2021 та 2022 роках, ТК «Поїхали з нами Вінниця» змогла адаптуватися та досягти покращення фінансових результатів у 2023 та 2024 роки. ТК «Поїхали з нами Вінниця» впровадила ефективні стратегії кризового менеджменту, зосередила увагу на розвитку внутрішнього туризму. Ці зусилля також підкріплені змінами у маркетинговій стратегії, оптимізацією витрат або диверсифікацією туристичних продуктів.

Компанія ефективно адаптувалася до складних умов, таких як пандемія COVID-19 та військовий конфлікт, реалізувавши ініціативи, що відповідають потребам специфічних груп населення, включаючи літніх людей, ВПО та місцевих жителів. Це засвідчує гнучкість компанії та її здатність оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Діяльність компанії сприяла зміцненню її репутації як соціально відповідального бізнесу, що потенційно збільшує лояльність існуючих клієнтів та приваблює нових. З урахуванням позитивного впливу ініціатив,

спрямованих на вирішення соціальних проблем, компанія може розглянути можливості для розширення таких програм. Це може включати розробку нових турів та послуг, які сприятимуть інтеграції ВПО або підтримці молоді та студентів.

Для підвищення ефективності роботи соціального туризму на Вінниччині запропоновано чотири проекти, програми, з урахуванням зовнішніх інвестицій від громадських організацій та відділу соціальної політики Вінницької міської ради: Програма «Вінниця доступна для всіх»; Програма «Герої серед нас: Відпочинок для військових та їхніх родин»; Проєкт «Освітній туризм для молоді»; Програма «Соціальний відпочинок для літніх людей».

Безпосередньо для ТК «Поїхали з нами Вінниця» було запропоновано прийняти участь в таких соціальних проєктах.

Для першої програми «Відкриваємо Вінницю разом» роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» як координатор всіх заходів. Компанія відповідатиме за логістику, бронювання, рекламу та забезпечення учасників необхідними ресурсами. Щодо часових рамок, то це протягом літнього туристичного сезону 2024 року. Основний організатор: Місцеві культурні установи.

Для другого проєкту «Соціальний туризм для всіх» роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» ініціатор програми, адміністрування залучення грантів або спонсорських коштів, організація і координація туристичних заходів. Запуск програми пропонується на початку 2025 року. Основний організатор: Вінницька міська рада та громадські організаціями.

Третій проєкт - Спільні культурні ініціативи з іншими організаціями. Роль ТК «Поїхали з нами Вінниця» як промоутер культурних заходів, забезпечення транспортних та логістичних послуг, підтримка зі сторони маркетингу. Часові рамки заплановані протягом усього 2025 року.

Всі ці заходи потребують залучення зовнішніх ресурсів та співпраці з іншими організаціями, оскільки самостійно організувати деякі із них ТК «Поїхали з нами Вінниця» не має права.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
2. Барвінок Н. Вплив глобальних безпекових факторів на розвиток міжнародного туризму в Україні *Věda a perspektivy*. 2022. No 4 (11). С. 139-151. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4\(11\)-139-151](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2022-4(11)-139-151).
3. Бондаренко Л. А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку *Ефективна економіка*. 2016. No 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289> (дата звернення: 25.03.2024)
4. Державна прикордонна служба України: офіційний сайт URL: psu.gov.ua/ua/news/2020-y-Kudi-podorozhuvalinaychastishe-ukrainci-zvidki-pribuvali-inozemci/. (дата звернення: 20.03.2024)
5. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 26.03.2024)
6. Заболотна Д. Стан та перспективи розвитку соціального туризму в Україні. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих* : Зб. матеріалів XIII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. (м. Вінниця, 18 квітня 2024 р.). Вінниця : ВРР ВТЕІ ДТЕУ, 2024.
7. Загальні втрати економіки, понесені в ході війни. *Київська школа економіки*. URL: <http://surl.li/gnuhs> (дата звернення: 11.03.2024)
8. Зарубіна А. В. Особливості туризму в умовах воєнного стану *Економіка та суспільство*. 2022. No41. URL: <https://www.google.com/search?q>.
9. Каднічанський, Д., Каднічанська, М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід*: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів, 2020. С. 132-135.
10. Калущий І. Ф., Ковальська Л. В. Розвиток туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та військово-політичного конфлікту в Україні. *Географія і туризм*. 2022. 33. С. 19-29.

11. Колотуха О.В. Концепція соціального туризму : URL: <https://geohub.org.ua/index.php/node/3201> (дата звернення: 08.05.2024)
12. Кукліна Т., Цвілий С., Журавльова С. Загальні тенденції розвитку світового туризму: від коронавірусу до військової агресії. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 23. С. 12–15. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.2>.
13. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа *Сьогодні*. 2022. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voyny-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>. (дата звернення: 20.03.2024)
14. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1 (26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення: 07.03.2024).
15. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL:: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf> (дата звернення: 20.03.2024)
16. Паньків Н. Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. Креативний простір в Україні та світі: кол. моногр. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 154–162.
17. Папп В.В. Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств *Економіка і суспільство*. 2018. Вип14. С.619-625. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/88.pdf. (дата звернення: 11.03.2024)
18. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126 (частина I). С. 12-23.
19. Після війни внутрішній туризм в Україні економічно сильно «просяде», а згодом дещо зміниться – голова Держтуризму. URL: <https://interfax.com.ua/ews/general/826786.html> (дата звернення: 07.04.2024).

20. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну: історичний контекст. URL: <https://uinp.gov.ua/aktualnitemy/povnomasshtabne-vtorgnennya-rosiyi-v-ukrayinu-istorychnyy-kontekst> (дата звернення: 20.04.2024)
21. Про роботу Українського культурного фонду під час війни – 10й випуск дайджесту «Хроніки культурного фронту». URL: https://ucf.in.ua/news/16_04_2022 (дата звернення: 20.03.2024)
22. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки*. 2022. Випуск 46. С. 11–15.
23. Романова А. А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів. *Modern Economics*. 2018. № 9. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V9\(2018\)-12](https://doi.org/10.31521/modecon.V9(2018)-12).
24. Соціальний туризм. URL: <https://geohub.org.ua/node/2551> (дата звернення: 20.03.2024)
25. Соціальний туризм: опубліковано списки одержувачів URL: <https://ua.rua.gr/2023/08/07/%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE-%D1%81%D0%BF%D0%B8%D1%81/>
26. Тараненко Г. Г. Розвиток туризму в сучасних умовах: реалії та перспективи. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.90> (дата звернення: 12.03.2024)
27. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL: <https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952> (дата звернення: 07.04.2024).
28. Туристичний барометр України URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>. (дата звернення: 20.03.2024)
29. Україна, Литва та Польща розпочали працювати над оцифруванням культурної спадщини України. URL: <http://surl.li/gnuho> (дата звернення: 10.03.2024)

30. Українці створили 3D-тури зруйнованими Бучею, Бородянкою, Ірпенем та іншими містами Київщини. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/425/ukrainci-stvorili-3d-turi> (дата звернення: 22.03.2024)
31. Фастовець О. Туризм в Україні в умовах воєнного стану. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. 3(80). С. 87–97. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-87-97>.
32. Феленчак Ю. Б. Підходи до визначення соціального туризму в контексті формування соціальної доктрини туризму. *Інноваційна економіка : наук.-виробн. журнал*. 2019. № 3–4 (62). С. 119–124.
33. Фесенко Г.О. Проблеми та перспективи розвитку туризму в стратегії післявоєнного відновлення. *Ефективна економіка*. 2022. № 11.
34. Як виглядає туризм під час війни. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974 (дата звернення: 20.03.2024)
35. Як війна змінить мандрівки Україною після перемоги над ворогом. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/novayastranitsa-voyna-izmenit-puteshestviya-1649942226.html>. (дата звернення: 20.03.2024)
36. Як туристична галузь країни працює під час війни та як зміниться після її завершення. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-turistichna-galuzkrayini-pracyue-pid-chas-viyni-ta-yak-zminitsya-pislyayiyi-zavershennya> (дата звернення: 07.04.2024).
37. Ковешніков В.С., Ліфіренко О.С., Стукальська Н.М. Інноваційні види туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 38–44.
38. UNWTO: офіційний сайт URL: <https://www.unwto.org>. (дата звернення: 20.03.2024)
39. «Visit Ukraine in the future»: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future-ukrainski-goteli-vgaryacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku>. (дата звернення: 20.03.2024)
40. Organisation for Economic Co-operation and Development and World Tourism Organization. The economic impact of restricting international mobility.

OECD/UNWTO. Paris and Madrid, 2022. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423743>.

41. Pina Â., Serrasqueiro Z. et al. How do Economic Growth and Terrorism Affect Tourism in the Council of Europe Countries? *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. 2023. Vol. 71. br. 1, pp. 58–76. DOI: <https://doi.org/10.37741/t.71.1.4>.

42. Cision PR Newswire. Índice global de terrorismo de 2020: Mortes por terrorismo atingem o mínimo em cinco anos, mas surgem novos riscos. [2020 global terrorism index: Deaths from terrorism hit five-year low, but new risks emerge]. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/indice-global-de-terrorismo-de-2020-mortes-por-terrorismo-atingem-ominimo-em-cinco-anosmas-surgem-novos-riscos-892268064.html> (дата звернення: 07.04.2024).

