

Економічні науки

УДК 338.48

Нохріна Лариса Анатоліївна

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри туризму і готельного господарства

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Нохрина Лариса Анатолиевна

кандидат технических наук, доцент,

доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства

Харьковский национальный университет городского хозяйства

имени А. Н. Бекетова

Nokhrina Larysa

PhD in Technical Sciences,

Lecturer of Tourism and Hospitality Management Department

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Гладка Ольга Едуардівна

магістр

Харківського національного університету міського господарства

імені О. М. Бекетова

Гладка Ольга Эдуардовна

магистр

Харьковского национального университета городского хозяйства

имени А. Н. Бекетова

Hladka Olha

Master of the

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
СОЦИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
SOCIAL TOURISM: DEVELOPMENT ASPECTS

***Анотація.** Стаття присвячена соціально-економічним аспектам розвитку соціального туризму. Проаналізовано дефініцію «соціальный туризм». Окреслено моделі соціального туризму. Досліджено поступ соціального туризму в контексті сталого розвитку.*

***Ключові слова:** соціальный туризм, незахищені верстви населення, сталий розвиток, соціальні програми.*

***Аннотация.** Статья посвящена социально-экономическим аспектам развития социального туризма. Проанализировано дефиницию «социальный туризм». Очерчены модели социального туризма. Исследовано продвижение социального туризма в контексте устойчивого развития.*

***Ключевые слова:** социальный туризм, незащищенные слои населения, устойчивое развитие, социальные программы.*

***Summary.** The article is devoted to the socio-economic aspects of the development of social tourism. Analyzed the definition of «social tourism». Outlined a model of social tourism. Studied the promotion of social tourism in the context of sustainable development.*

***Key words:** social tourism, unprotected groups of the population, sustainable development, social programs.*

На часі соціальный туризм є специфічним драйвером економіки зростання. Вектор розвитку соціального туризму спрямований на соціально-економічний розвиток регіонів та територіальної громади у цілому [2]. Виняткові економічні можливості та безперервний потік

інвестицій і людей формують умови передачі ресурсів з багатих економік у бідні країни та сприяють розвитку регіонального, національного та міжнародного багатства; таким чином, мільйони людей по всьому світу, незалежно від віку та фінансового становища, можуть отримувати вигоди.

Метою соціального туризму є включення у туризм людей, які поза нього, можуть бути виключеними, що окреслює його соціальний внесок у розвиток суспільства.

Соціальний туризм включає економічно та соціально незахищені верстви населення до подорожей та туризму через політичне або фінансове втручання чітко визначеного соціального характеру [9].

Програми соціального туризму, забезпечуючи якісний відпочинок за розумними цінами, зумовлюють доступність подорожування для широкого загалу (включаючи молодь, сім'ї з дітьми, людей похилого віку) та формують традиційні вигоди туризму [1].

Ініціативи соціального туризму можуть бути комерційними та некомерційними, державними та приватними, вони варіюються від невеликих благодійних організацій, що організовують святкові канікули для сімей з низьким рівнем статків, до приватних туроператорів, які пропонують екологічні відпустки [4].

Вважається, що перше визначення соціального туризму було надано Хюнцкером, що зумовило фокусування інтересу дослідників на цій проблематиці. У 1951 році вчений охарактеризував соціальний туризм як відносини та явища у сфері туризму, що виникають внаслідок участі у подорожах економічно слабких верств населення [6].

З часом визначення змінювалось та набувало більш широкого сенсу, так, Мінерат, Майтленд і Міллер визначили головну мету соціального туризму як додаткову моральну цінність, що генерує в туристичному обміні користь для місцевих жителів або відвідувачів [10]. За точкою зору вчених термін «соціальний туризм» доречно використовувати для

характеристики різних типів відпусток, DESTИНАЦІЙ та ЦІЛЬОВИХ ГРУП.

Усесвітня туристична організація (UNWTO) визначає соціальний туризм як явище, що надає виняткові економічні можливості для суспільства в цілому [12].

Міжнародна організація соціального туризму (МСТО) визначає соціальний туризм як ефекти та явища, сформовані у результаті участі у туризмі груп з низькими доходами. Соціальний туризм окреслює права та потреби у подорожах молодих людей віком від 15 до 25 років, багатодітних сімей (з трьома і більше дітьми), людей з обмеженими можливостями та людей похилого віку [14].

Професор університету Квебека (Монреаль) Луї Джолін наголошує, що соціальний туризм відноситься до програм, подій та заходів, які дозволяють подорожувати всім верствам населення (особливо молоді, особам із низькими доходами, сім'ям з дітьми, пенсіонерам, а також особам з обмеженими фізичними можливостями), зберігаючи гармонійні стосунки між відвідувачами та приймаючою громадою [14].

Варто зазначити, що на сьогоднішній день дефініція «соціальний туризм» широко дискутується та набирає нових змістів.

Залежно від продукту (стандартний / спеціальний) та цільової аудиторії виділяють чотири моделі соціального туризму: участі, включення, адаптаційну та стимуляційну (рис. 1).

Соціальний туризм генерує економічний ефект через подорожі осіб, які є економічно уразливими або іншим чином незахищеними. В такій інтерпретації, ініціативи соціального туризму в основному спрямовані на отримання економічної вигоди приймаючою спільнотою, тобто, потенційна цільова аудиторія у (низький) сезон сприяє збільшенню продажів та можливостей для працевлаштування в пунктах призначення. З часу впровадження масового туризму, соціальний туризм, орієнтований на місцеве населення, набуває все більшої популярності

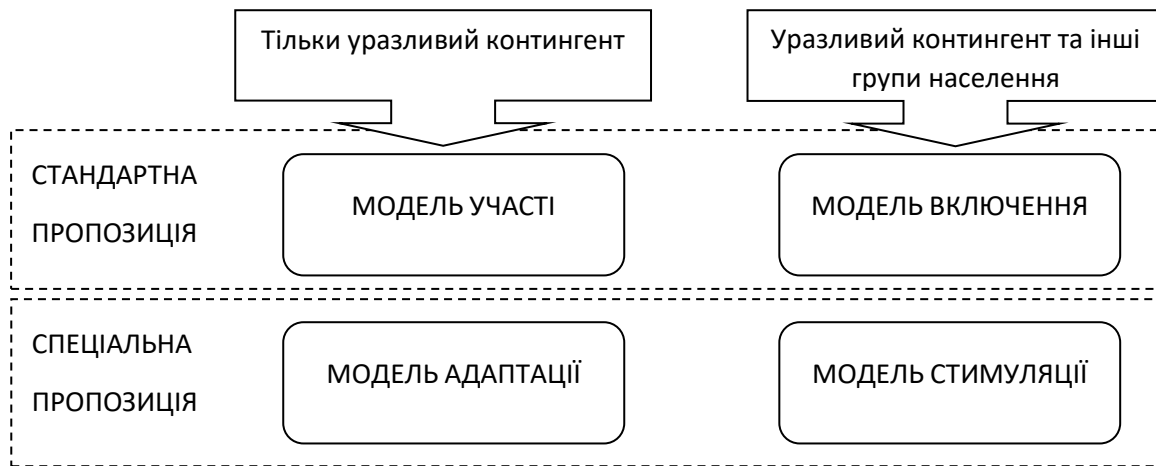


Рис. 1. Моделі соціального туризму

Джерело: розроблено за [11]

Модель включення базується також на стандартній туристичній пропозиції (тобто, однакових послугах для всіх учасників незахищених / непрацездатних та інших), проте, на разі відсутні обмеження щодо цільового контингенту.

Модель адаптації окреслює програми, які пропонують специфічні туристські продукти, що спеціально адаптуються до потреб незаможних цільових груп, участь на разі обмежується можливостями низько забезпеченого контингенту. Таким чином модель має чітку соціальну орієнтацію на задоволення потреб осіб, що мають обмежені можливості, проте, пропозиція не обов'язково характеризується спеціалізованими продуктами чи послугами.

Спеціальний продукт соціального туризму (всеосяжний груповий відпочинок) створюється з метою залучення до ініціатив широкого кола учасників. Таким програмам притаманні лояльні критерії відбору, оскільки до них залучаються як ті, хто не може брати участь у комерційному туризмі, так і ті, хто можуть, проте надають перевагу соціальним програмам. Такі ініціативи окреслюють стимуляційну модель.

Модель стимуляції суттєво відрізняється від інших, оскільки в ній соціальні вигоди, сформовані для дестинації, є ключовою мотивацією

функціонування [13].

На практиці соціальний туризм, як правило, охоплює тематичні екскурсії до парків, музеїв, визначних пам'яток; групові або індивідуальні бюджетні відпустки у власній країні, які фінансуються благодійними фондами, державними або приватними установами або надаються за дуже низькими ставками [14].

Перші практики соціального туризму в Європі можна віднести до кінця XIX століття, коли відпустки стали доступними для робочого класу. Традиційний соціальний туризм базувався у DESTИНАЦІЯХ КОНТИНЕНТАЛЬНОЇ Європи та оздоровчих таборах Великобританії.

Піонерами соціального туризму Великобританії були профспілки, соціально-освітні та інші організації, наприклад, «Co-operative Holiday Association» тощо. Після зубожіння британської аристократії частку об'єктів прийнятнього стану, оточених великими парками, за дуже низькими цінами було придбано такими організаціями та перетворено на сімейні будинки для відпочинку [14]. У цей же час з метою створення можливостей для організації відпусток або канікул з'являються перші програми для працівників та їхніх дітей. Інші програми були орієнтовані на дітей, що живуть у містах. З метою оздоровлення підлітків вивозили до сільської місцевості або на узбережжя за рахунок благодійних організацій. У роки другої світової війни ці програми значно сповільнилися.

У Великобританії у 1920-х та 1930-х роках набули популярності відпустки з нарахуванням компенсації і, незважаючи на кризу, відпустки з оплатою стали основною темою переговорів між роботодавцями і працівниками. Однак, було визначено, щоб задовольнити потреби мільйонів працюючих людей, необхідно затверджувати цей принцип на законодавчому рівні.

Проте, що у 1930-х роках вартість відпочинку була доступною широким верствам населення, вона залишалася поза межами можливостей

найменш забезпечених сімей і безробітних. Отже, найбідніші верстви все ще були виключені з туризму [8]. Таким чином, незважаючи на активне поширення соціально орієнтованих програм і функціонування великих таборів відпочинку з 1920-х років, розквіт соціального туризму у Великобританії дослідники відносять до 1950-х і 1960-х років. Для широких верств населення туризм став доступним тільки у 1978 році. Після Королівської Комісії туризм і поняття відпустки набули у Великобританії сенсу національного «стилю життя».

Будинки відпочинку у Великобританії пропонували номери, повний пансіон, розваги, проте, функціонували вони переважно на комерційній основі. Безоплатні або пільгові табори профспілок, благодійних та освітніх організацій були рідкістю. Крім того, у британських таборах була одна фіксована ставка, тоді як табори в Європі мали гнучкі ставки оплати, що варіювалися залежно від розміру сім'ї та доходів.

На материку (у Франції, Бельгії та Італії) традиційний відпочинок передбачав пропозицію проживання на повному пансіоні й розваги. Більшість будинків відпочинку функціонували за рахунок благодійних організацій або профспілок. За низькими цінами пропонувалися достатньо прості номери. Крім того, туристи, як правило, допомагали у повсякденних справах. Тим не менш, центри відпочинку створили новий доступний продукт, який сприяв демократизації відпочинку. Новий турпродукт було розроблено відповідно до потреб споживачів, позаяк допомога у справах була більше не потрібна, значна чисельність відпочивальників переходили від повного пансіону до напівпансіону, що зумовлювало більшу свободу при виборі своєї діяльності.

Ключовим моментом у розвитку соціального туризму стала «Конвенція про відпочинок з компенсацією» 1936 року, яка була представлена Міжнародним бюро праці у Женеві. У статті 2.1 Конвенції зазначено, що кожна особа, до якої застосовується Конвенція, після одного

року безперервної служби має право на щорічну відпустку зі сплатою щонайменше шести робочих днів [3]. Женевська Конвенція зазвичай розглядається як точка відліку соціального туризму в Європі, хоча фактичне запровадження положень Конвенції у законодавство європейських країн відбулося поспіль десятиліття.

7 червня 1963 року з метою сприяння розвитку соціального туризму, тобто, координації діяльності та інформування щодо питань еволюції та поширювання конструктивного міжнародного досвіду в усьому світі, було створене Міжнародне бюро соціального туризму [14].

Вплив часу соціальний туризм адаптувався до нової демографічної ситуації, змін соціально-економічного стану працівників ручної праці, що зумовило зміщення вектору формування попиту від груп безробітних, неповних родин та молодих сімей з низькими статками до інших груп населення, які не подорожували раніше. Починаючи з 1980-х років, туризм для людей з обмеженою мобільністю або обмеженими фінансовими можливостями набував більшої популярності.

Протягом останніх років інтерес до соціального туризму неухильно зростає. На часі поняття соціальної політики, солідарності та тривалого розвитку розглядаються як еволюція, яка зміщує концепцію соціального туризму у центр найсучасніших тенденцій [1]. Проте, певна частина проблематики соціального туризму зосереджена на визначенні власне індивідуальних переваг, які генерують суспільно корисні ефекти (наприклад, підвищення рівня зайнятості, зниження рівня безробіття) [2].

За висновками програми Каліпсо, акцент з індивідуальних переваг від соціального туризму у часі змістився у площину необхідності забезпечення більш збалансованого європейського туризму, що мінімізує негативні впливи на навколишнє середовище.

Іспанія, Португалія, Бельгія та Франція, демонструють, що соціальний туризм є більше, ніж виключно економічна вигода. Результати

впровадження соціальних програм у континентальній Європі (наприклад, IMSERSO у Іспанії та INATEL у Португалії) підкреслюють важливий внесок соціального туризму у формування зайнятості та економічного зростання дестинацій.

Туризм є первинним сектором економіки Іспанії, що забезпечує зайнятість у межах від 12 % до 25 % та 11% загального національного ВВП. Проте сезонний характер туризму створює ситуацію, коли значна частка робочих місць щозими втрачається. Спрямування програм соціального туризму на економічну ефективність (тобто, наявність вільних потужностей за низькою ціною), зумовлює ефективні контрсезонні рішення. Економічне моделювання перспектив внеску соціального туризму в протидію сезонним впливам (2017 р.) підтверджує, що соціальний туризм може згладити інтенсивні коливання попиту у курортних регіонах Іспанії. Так, Ціснерос-Мартінез (Cisneros-Martínez), Мак Кабе (McCabe) і Фернандез-Моралес (Fernández-Morales) [5] визначили, що зосередження на моделях внутрішнього попиту, і зокрема на поїздках програми IMSERSO для громадян похилого віку, які включають в себе фінансову допомогу, генерує значний вплив на сезонну концентрацію туристичного попиту. Крім того, за результатами дослідження впливів сезонної зайнятості встановлено, що соціальний туризм має подібний вплив на концентрацію зайнятості в готельній індустрії.

Іншими словами, програма IMSERSO, вирівнюючи попит, забезпечує зменшення тиску на ресурси навколишнього середовища та формування економічних вигід для регіону, за рахунок стабілізації зайнятості та інших переваг, які також позитивно впливають на відпочиваючих [3]. Варто підкреслити, що незважаючи на певні результати, бюджет програми IMSERSO поступово зменшується.

Аналіз програм охорони здоров'я Португалії (2013 р.) довів, що результуючі ефекти на разі зумовлені скороченням витрат державних

органів влади. Подальші дослідження (2016 р.) підтвердили висновок, що економічний внесок туристичних програм, проваджуваних Фондом ІНАТЕЛ, мав значний вплив на соціально-економічний розвиток дестинацій. Таким чином було підтверджено, що соціальний туризм сприяє диверсифікації та реструктуризації економіки дестинації [3]. Крім того, економічні вигоди від програм соціального туризму перевищують витрати, що були виділені на їхнє впровадження.

Негативні наслідки масового туризму на локальні екосистеми та культури зумовили розвиток сталого туризму. У цьому контексті соціальний туризм фокусується на переадресації генерованих переваг громадам, які можуть або отримувати профіти від розвитку туризму, або потерпати від негативного впливу комерційних схем. Наявна ситуація демонструє, що соціальний туризм в часі є не статичною, а динамічною концепцією [4]. Таким чином соціальний туризм сьогодні не є застарілим напрямком, а навпаки стикається з новими викликами та потребами адаптації.

У дослідженнях щодо впливу соціального туризму на сталий розвиток, зазначено, що при вирішенні питань сталості необхідно застосовувати концепції, подібні до соціального туризму [7]. Соціальний туризм, як маргінальний, але важливий інструмент у загальній системі, сформував у часі цілісну оцінку того, як туризм може продукувати численні, взаємопов'язані позитивні результати.

Дослідження у площині виявлення зв'язків між соціальним туризмом та стабільним розвитком є актуальними та безперервними, проте, сьогодні існує небезпека, що акцентування соціальних вигід індивідуальних суб'єктів, що знаходяться в неблагополучних та виключених категоріях, нівелює важливий внесок соціального туризму у сталий розвиток.

Ідентифікація взаємозв'язків між сталим розвитком та туристською діяльністю, детермінує аналіз та оцінювання якості життя мешканців

локальних територій та добробуту відвідувачів як рівнозначні фактори.

Враховуючи викладене, можна зробити висновки, що соціальний туризм сьогодні є набагато більше, ніж економічні профіти.

Сучасні дослідження у сфері соціального туризму більшою мірою спрямовані на визначення його впливу на сталий розвиток регіонів. Крім того соціальний туризм сприяє нівелюванню негативних наслідків сезонності.

Література

1. Нохріна Л. А. Соціальний туризм: детермінанти реалізації / Л. А. Нохріна // Economy. Zarządzanie. Osiągnięcia naukowe, rozwój, propracuje Warszawa PL / Варшава 29.09-30.09 2016. Матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. - «Diamond training tour». - 2016. - С. 32-35.
2. Нохріна Л.А. Сталий розвиток туризму: інструменти реалізації. Вчені записки Харківського інституту управління: Науковий журнал: Випуск № 40 – Харків: XIV. – 2015. – С. 370-379.
3. Офіційний сайт Європейської комісії з туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://etc-corporate.org/research-development>
4. Chauvin J. (2002) Le tourisme social et associatif en France. Paris: l'Harmattan [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eyrolles.com/Entreprise/Livre/le-tourisme-social-et-associatif-en-france-9782747522632/>
5. Cisneros-Martínez J.D., McCabe S., Fernández-Morales A. The contribution of social tourism to sustainable tourism: a case study of seasonally adjusted programmes in Spain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2017.1319844>
6. Gheorghe, G; Bulin, D. & Nistoreanu, P. (2012). Social Tourism an

- Alternative Form of Tourism in Romania. *Cactus Tourism Journal*, 3 (2) : 7-16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.researchgate.net/publication/236952161_Social_Tourism__an_Alternative_Form_of_Tourism_in_Romania
7. Hunzicker, W. (1951). Social tourism: Its nature and problems. International Tourists Alliance Scientific Commission [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.amazon.com/International-alliance-Scientific-commission-Publications/dp/B0007KCA6U>
 8. Kakoudakis, McCabe, S., Story, V - «Social Tourism and Selfefficacy»: *Annals of Tourism Research* (2017), 65. – P. 108-121.
 9. Lanquar R. & Raynouard Y. (1986) *Le Tourisme Social*. Paris: Presses Universitaires de France [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sudoc.abes.fr/DB=2.1//SRCH?IKT=12&TRM=003762750&COOKIE=U10178,Klecteurweb,I250,B341720009+,SY,NLECTEUR+WEBOPC,D2.1,Ebd73acc5-4,A,H,R193.106.63.116,FY>.
 10. Minnaert L., Diekmann A. and McCabe S. (2012). «Defining Social Tourism and its historical context». In S. McCabe, L. Minnaert and A. Diekmann (Eds.), *Social Tourism in Europe: Theory and Practice*, 18-31. Bristol, Channel View.
 11. Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2009), «Tourism and social policy – The value of social tourism», in: «*Annals of Tourism Research*», Vol. 36. – n. 2. – P. 316-334 .
 12. Minnaert, L.; Maitland, R. & Miller, G. (2011). What is social tourism? *Current Issues in Tourism*. London: Routledge. - 14 (5): 403-415.
 13. Montreal Declaration Towards a human and social vision of tourism. Bundes Forum [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bundesforum.de/index.php?id=mitgliedschaften>
 14. Social & Health Tourism in Romania [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shtourism.eu/social>

15. The International Social Tourism Organisation Official Website - What is Social and Responsible Tourism? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=39>