

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ПОГОДЖЕНО

Директор

ННІ неперервної освіти і туризму

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

**Завідувач кафедри готельно-
ресторанної справи та туризму**

_____ **Іван ГРИЦЕНКО**

(підпис)

«___» _____ 2025 р.

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**

(підпис)

«___» _____ 2025 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

На тему: «Формування маршрутів соціального туризму в Україні»

Спеціальність: 242 «Туризм»

Освітня програма: «Туризм»

Гарант освітньої програми

Ірина Кудінова

(підпис)

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

Світлана Мельниченко

(підпис)

Виконала

Мирослава Дяченко

(підпис)

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму
д.е.н., професор _____ Світлана Мельниченко
(підпис)

« ____ » _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я
до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувачу вищої освіти
Дяченко Мирославі Юрійові

Спеціальність: 242 «Туризм»

Освітня програма: «Туризм»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Формування маршрутів соціального туризму в Україні».**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 29.10.2024 р. № 1936
«С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.05.2025 р.

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, внутрішня звітність та обстеження ряду туристичних дестинацій.

Об'єкт дослідження – процес формування маршрутів соціального туризму.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до формування маршрутів соціального туризму в Україні.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад формування маршрутів соціального туризму в Україні.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності соціального туризму та його ролі у просуванні національного туристичного продукту на внутрішньому ринку;
- охарактеризувати туристичні організації, які формують, просувають та реалізують соціальний туристичний продукт;
- визначитись з методичними підходами щодо формування маршрутів соціального туризму;
- провести моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму;
- проаналізувати діяльність туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту;
- запропонувати нові маршрути соціального туризму в Україні;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованих маршрутів.

Дата видачі завдання: «19» листопада 2024 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
д.е.н., професор**

(підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняла до
виконання**

(підпис)

Мирослава ДЯЧЕНКО
(прізвище та ініціали)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2024 р.	Виконано
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2024 р.	Виконано
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2024 р. – 1 лютого 2025 р.	Виконано
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2025 р.	Виконано
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 5 травня 2025 р.	Виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові	5-10 травня 2025 р.	Виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	10-15 травня 2025 р.	Виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	16 травня 2025 р.	Виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	17-18 травня 2025 р.	Виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	19-20 травня 2025 р.	Виконано
11.	Подача роботи на кафедру	20 травня 2025 р.	Виконано
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	20-25 травня 2025 р.	Виконано
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	25 травня – 1 червня 2025 р.	Виконано
14.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до графіку	Виконано

Відгук керівника бакалаврської кваліфікаційної роботи

Студенткою виконано роботу на актуальну тему, оскільки дотримання принципів сталого розвитку через створення соціальних туристичних продуктів є питанням світового масштабу. Особливо актуальним є для України, враховуючи зростання числа людей з інвалідністю та демографічні проблеми.

Опрацювання достатнього масиву вітчизняної та іноземної наукової літератури та інтернет джерел дало можливість визначити сутність соціального туризму та його роль у просуванні національного туристичного продукту на внутрішньому ринку, визначитись з методичними підходами щодо формування маршрутів соціального туризму.

У роботі здійснено моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму в Україні, визначено динаміку показників його розвитку, виявлено ключові загрози та сильні сторони. Досліджено вплив факторів на розвиток вітчизняного соціального туризму. Студенткою розроблено та обґрунтовано новий маршрут соціального туризму.

Враховуючи вищезазначене, бакалаврська кваліфікаційна робота, яка виконана відповідно до вимог, рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис, дата)

Висновок про бакалаврську кваліфікаційну роботу

Бакалаврська кваліфікаційна робота студентки Дяченко М.Ю.

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

_____ **Ірина КУДІНОВА**
(підпис)

Завідувач кафедри

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
(підпис)

«___» _____ 2025 р.

РЕФЕРАТ

Дяченко М.Ю. «Формування маршрутів соціального туризму в Україні» : бакалавр. робота : спец. 242 «Туризм» / Мирослава Юріївна Дяченко; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Мельниченко С.В., д.е.н., проф. Київ, 2025. — 67 с.

Анотація. У першому розділі кваліфікаційної роботи проведено теоретичне дослідження сутності та значення соціального туризму, розглянуто роль маршрутів соціального туризму у просуванні туристичного продукту та методичні підходи до формування маршрутів соціального туризму на макрорівні. У другому розділі здійснено моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму на українському ринку, проаналізовано діяльність туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту, досліджено вплив різних факторів на формування маршрутів соціального туризму. У третьому розділі розроблено нові маршрути соціального туризму, орієнтовані на різні категорії соціально вразливих груп населення, та здійснено їх економічне обґрунтування. Запропоновано комплекс заходів щодо вдосконалення формування маршрутів соціального туризму в Україні, що передбачає запровадження державної програми розвитку соціального туризму, створення спеціалізованого інформаційного ресурсу, підготовку фахівців та розвиток державно-приватного партнерства у сфері соціального туризму.

Ключові слова: соціальний туризм, туристичний маршрут, соціально вразливі групи населення, туристичний продукт, доступність туристичних послуг, інклюзивність, державно-приватне партнерство

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ.....	12
1.1. Соціальний туризм: сутність та значення.....	12
1.2. Роль маршрутів соціального туризму у просуванні туристичного продукту.....	16
1.3. Методичні підходи до формування маршрутів соціального туризму на макрорівні.....	20
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	29
2.1. Моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму на українському ринку.....	29
2.2. Аналіз діяльності туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту.....	32
2.3. Дослідження впливу факторів на формування маршрутів соціального туризму.....	37
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	43
3.1. Розроблення нових маршрутів соціального туризму.....	43
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих маршрутів.....	50
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки та важливим чинником соціально-економічного розвитку багатьох країн. В Україні, незважаючи на складні геополітичні умови, внутрішній туризм набуває особливого значення як інструмент економічного відновлення, соціальної консолідації та національно-патріотичного виховання. В цьому контексті соціальний туризм виступає не лише засобом забезпечення права на відпочинок соціально вразливих верств населення, але й важливим механізмом підтримки туристичного продукту.

Актуальність теми дослідження зумовлена декількома ключовими факторами. По-перше, в умовах війни та післявоєнної відбудови особливого значення набуває забезпечення права на відпочинок та оздоровлення для соціально вразливих категорій населення, зокрема внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, осіб з інвалідністю, дітей та молоді. По-друге, розвиток внутрішнього туризму в умовах обмеженої мобільності та фінансових можливостей значної частини населення потребує розробки доступних та якісних туристичних продуктів, одним з яких є соціальний туризм. По-третє, соціальний туризм може стати важливим інструментом підтримки національної туристичної галузі в кризових умовах, забезпечуючи стабільний потік внутрішніх туристів до вітчизняних дестинацій.

Проблеми розвитку соціального туризму досліджували багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед українських дослідників вагомих внесок у розробку теоретичних та методичних засад соціального туризму зробили А. Парфіненко [10], О. Бейдик [2], Г. Гапоненко [3], Н. Добрянська [6], Г. Колісниченко [12], С. Уліганець [23], Л. Мельник [23], які розглядали соціальний туризм як важливий фактор соціального захисту населення. Проблеми формування та реалізації туристичних маршрутів висвітлювали О. Бейдик [2], М. Мальська [10], І. Крупа [24].

Разом з тим, аналіз наукових досліджень свідчить про недостатню увагу

до методичних та практичних аспектів формування маршрутів соціального туризму в Україні з урахуванням сучасних викликів та потреб різних соціальних груп. Залишаються малодослідженими питання взаємодії державних, громадських та комерційних організацій у процесі формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту, економічного обґрунтування маршрутів соціального туризму, оцінки їх ефективності та впливу на розвиток туристичних дестинацій.

Мета дослідження полягає у розробленні та обґрунтуванні методичних і практичних засад формування маршрутів соціального туризму в Україні.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі **завдання**:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності соціального туризму та його ролі у просуванні національного туристичного продукту на внутрішньому ринку;
- охарактеризувати туристичні організації, які формують, просувають та реалізують соціальний туристичний продукт;
- визначитись з методичними підходами щодо формування маршрутів соціального туризму;
- провести моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму;
- проаналізувати діяльність туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту;
- запропонувати нові маршрути соціального туризму в Україні;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованих маршрутів.

Об'єктом дослідження є процес формування маршрутів соціального туризму.

Предметом дослідження виступають методичні та практичні підходи до формування маршрутів соціального туризму в Україні.

У процесі виконання роботи було використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: системно-структурний аналіз – для дослідження сутності та структури соціального туризму;

порівняльний аналіз – для вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду організації соціального туризму; статистичний аналіз – для оцінки сучасного стану розвитку соціального туризму в Україні; SWOT-аналіз – для визначення чинників впливу на формування маршрутів соціального туризму; метод експертних оцінок – для обґрунтування вибору туристичних об’єктів для включення до маршрутів соціального туризму; економіко-математичне моделювання – для економічного обґрунтування запропонованих маршрутів.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, внутрішня звітність та результати обстеження ряду туристичних дестинацій.

Практична цінність результатів дослідження полягає у можливості їх використання туристичними підприємствами, громадськими організаціями та органами державного управління для формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту. Запропоновані методичні підходи до формування маршрутів соціального туризму можуть бути застосовані при розробці регіональних програм розвитку туризму, а розроблені маршрути – включені до переліку туристичних продуктів, що пропонуються соціально вразливим категоріям населення за підтримки державних та громадських організацій.

Апробація результатів роботи та публікації. Результати проведеного дослідження, що стали основою кваліфікаційної роботи, були апробовані під час участі у Всеукраїнській науково-практичній конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», яка відбулася 12 березня 2025 року в місті Києві на базі НУБіП України (Додаток А).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Соціальний туризм: сутність та значення.

Концепція соціального туризму виникла у відповідь на потребу забезпечити доступність туристичних послуг для різних верств населення. У науковій літературі існує значна кількість підходів до визначення сутності соціального туризму, що відображає різні аспекти цього багатогранного явища.

Манільська декларація зі світового туризму (1980 р.) визначає соціальний туризм як те до чого суспільство повинно прагнути, щоб усі люди, навіть ті, хто має небагато грошей, могли нормально відпочивати - поїхати кудись, змінити обстановку, підлікуватися, побачити щось нове і просто відчувати себе добре. Це визначення підкреслює соціальну спрямованість такого виду туризму та його значення для реалізації базових прав людини.

Більш розгорнуте тлумачення пропонує Монреальська декларація (1996 р.), яка розглядає соціальний туризм як зв'язки та події, які з'являються, коли люди з невеликим доходом беруть участь у туризмі. Такий відпочинок для них стає можливим завдяки спеціальній допомозі від держави чи суспільства - наприклад, пільгам, знижкам або організованим недорогим поїздкам. Таке трактування вже включає елемент механізму реалізації соціального туризму через спеціальні заходи підтримки.

Вітчизняні науковці також зробили вагомий внесок у розвиток теоретичних основ соціального туризму. Так, А. Парфіненко розширює розуміння соціального туризму, розглядаючи його як вид туризму, коли поїздки для людей, які не можуть собі їх дозволити, повністю або частково оплачують держава, профспілки чи спеціальні фонди. Мета — допомогти таким людям відпочити, оздоровитися та скористатися своїм правом на відпочинок [12].

М. Борушак пропонує розглядати соціальний туризм у контексті сталого розвитку, визначаючи його як туризм, який дає змогу всім людям - незалежно

від того, скільки вони заробляють, скільки їм років чи який у них стан здоров'я - подорожувати та відпочивати. Такий туризм допомагає людям відчувати себе частиною суспільства, покращує їхнє життя і підтримує розвиток місць, куди вони їздять. Це визначення найбільш повно відображає сучасне розуміння соціального туризму як інструменту соціальної інклюзії та сталого розвитку територій.

Аналіз наведених визначень дозволяє узагальнити ключові характеристики соціального туризму (рис. 1.1).



Рис.1.1. Ключові характеристики соціального туризму

Джерело: розроблено автором на основі джерел [5, с.114; 17, с.85; 21, с.42].

На основі проведеного аналізу запропоновано наступне визначення соціального туризму: це форма туризму, яка має на меті зробити туристичні послуги доступними для соціально вразливих груп населення через механізми повного або часткового фінансування за рахунок державного бюджету, фондів соціального страхування, профспілкових, благодійних та інших соціальних організацій. Такий підхід сприяє реалізації права на відпочинок, соціальній

інтеграції, покращенню якості життя та забезпеченню сталого розвитку туристичних напрямків.

Значення соціального туризму в сучасних умовах важко переоцінити. Воно проявляється у кількох аспектах, які систематизовано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Значення соціального туризму в сучасних соціально-економічних умовах

<i>Аспект</i>	<i>Значення соціального туризму</i>
Соціальний	<ul style="list-style-type: none"> • Забезпечення доступу до туристичних послуг для соціально вразливих категорій населення • Підвищення рівня якості життя • Соціокультурний розвиток особистості • Сприяння соціальній інтеграції та соціальній мобільності • Відновлення психофізичного стану • Національно-патріотичне виховання
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> • Створення нових робочих місць • Стимулювання розвитку туристичної інфраструктури • Зменшення сезонності туристичних потоків • Розвиток дестинацій, особливо в економічно-депресивних районах
Політичний	<ul style="list-style-type: none"> • Реалізація соціальної функції держави • Підвищення лояльності громадян до державних інституцій • Забезпечення соціальної стабільності • Формування позитивного іміджу країни
Екологічний	<ul style="list-style-type: none"> • Збереження природного середовища • Сталий розвиток територій • Підвищення екологічної культури населення

Соціальний туризм стає особливо важливим у період воєнного стану та післявоєнної відбудови України. Багато досліджень підтверджують ефективність туристичних практик для психоемоційного відновлення людей, які постраждали від бойових дій. Це стосується внутрішньо переміщених осіб, учасників бойових дій і жителів деокупованих територій [14].

Аналіз розвитку соціального туризму в різних країнах дозволяє виділити декілька моделей його організації, які відрізняються за механізмами фінансування, рівнем державної підтримки, участю бізнесу та громадських організацій (табл. 1.2).

Моделі організації соціального туризму в країнах світу

<i>Модель</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Країни застосування</i>
Державна	Основним суб'єктом реалізації соціального туризму виступає держава, яка фінансує програми соціального туризму з державного бюджету та встановлює норми та стандарти їх реалізації.	Франція, Іспанія, Португалія.
Профспілкова	Ключова роль у реалізації соціального туризму належить профспілкам, які за рахунок профспілкових внесків фінансують туристичні програми для своїх членів.	Німеччина, Австрія, Швейцарія.
Страхова	Фінансування соціального туризму здійснюється через систему соціального страхування, коли частина страхових внесків спрямовується на організацію відпочинку застрахованих осіб.	Швеція, Фінляндія, Норвегія.
Змішана	Реалізація здійснюється спільними зусиллями держави, бізнесу, громадських організацій та профспілок.	Великобританія, Італія, Бельгія.
Благодійна	Основне джерело фінансування — благодійні внески та гранти, надані фондами та приватними донорами.	США, Канада, Австралія.

Для України, з урахуванням її історичних, соціально-економічних та політичних особливостей, найбільш оптимальною видається змішана модель організації соціального туризму, яка передбачає залучення різних джерел фінансування та багатосторонню співпрацю держави, бізнесу, профспілок та громадських організацій.

1.2. Роль маршрутів соціального туризму у просуванні туристичного продукту

Маршрути соціального туризму відіграють важливу роль у просуванні національного туристичного продукту та розвитку внутрішнього туризму. Ця роль проявляється у кількох аспектах, які необхідно проаналізувати для розуміння потенціалу соціального туризму як інструменту розвитку туристичної галузі країни.

Перш за все, варто визначити поняття «маршрут соціального туризму». В науковій літературі існують різні підходи до його тлумачення.

М. Мальська розглядає маршрут соціального туризму в контексті туристичного продукту, визначаючи його як набір туристичних послуг - дорога, проживання, харчування, екскурсії та інше - які спеціально надаються за зниженими цінами для людей, що потребують підтримки, наприклад, пенсіонерів, людей з інвалідністю або малозабезпечених [10].

О. Бордун акцентує увагу на специфіці формування маршрутів соціального туризму, визначаючи їх як маршрути для подорожей, які спеціально створені для людей, що потребують особливої уваги - зручні, безпечні, комфортні, і такі, що їх можна пройти без зайвого стресу. Такі поїздки часто коштують недорого або взагалі безплатні [15].

Підсумовуючи різні підходи, пропонується таке визначення: маршрут соціального туризму — це завчасно спланований шлях подорожі для туристів, які належать до соціально вразливих груп населення. Він спрямований на відвідування туристичних об'єктів і створений з урахуванням їхніх потреб та можливостей. Такий маршрут пропонується за пільговими цінами або може бути безкоштовним завдяки повному чи частковому фінансуванню з соціальних джерел.

Роль маршрутів соціального туризму у просуванні туристичного продукту можна розглядати в кількох аспектах (рис. 1.2).

Економічна роль маршрутів соціального туризму у просуванні

туристичного продукту проявляється у можливості знизити сезонні коливання туристичних потоків, підвищити рівень завантаженості туристичної інфраструктури, сприяти створенню нових робочих місць, стимулювати розвиток місцевої економіки та забезпечувати мультиплікативний ефект для пов'язаних галузей.



Рис.1.2. Роль маршрутів соціального туризму в просуванні туристичного продукту

Джерело: розроблено автором на основі [24, с.65; 27, с.89].

Дослідження, проведені в країнах Європейського союзу, свідчать, що кожен євро, вкладений у програми соціального туризму, приносить економіці від 1,5 до 2,8 євро [32]. Це пов'язано з тим, що соціальний туризм часто реалізується в низький сезон, коли туристична інфраструктура не завантажена, а

також спрямований на розвиток туризму в регіонах, які не є традиційними туристичними центрами.

Маркетинговий аспект значення соціальних туристичних маршрутів полягає у їх потенціалі для популяризації туристичних дестинацій, сприянні промоції локальних туристичних продуктів, формуванні позитивної репутації регіонів та підвищенні їхньої загальної туристичної привабливості. Важливим є також розширення цільової аудиторії шляхом інтеграції різноманітних соціальних груп у туристичні ініціативи.

Соціальні туристичні маршрути зазвичай охоплюють об'єкти, що виходять за межі традиційних туристичних напрямів. Це створює умови для популяризації нових дестинацій і оптимізує розподіл туристичних потоків. Учасники таких програм, здобуваючи позитивний досвід відвідування певної місцевості, сприяють її подальшій промоції через рекомендації серед знайомих і родичів. Такий підхід сприяє органічному поширенню інформації та підвищує цікавість до регіону.

Інноваційний вимір соціальних туристичних маршрутів базується на їх здатності стимулювати розробку нових туристичних продуктів і застосування оригінальних підходів в організації туристичного обслуговування. Це відкриває можливості для диверсифікації пропозицій, інтеграції спеціалізованих видів туризму та розвитку інноваційних стратегій в галузі туризму.

Розробка маршрутів соціального туризму для різних цільових груп (молодь, пенсіонери, особи з інвалідністю, учасники бойових дій тощо) стимулює розвиток інклюзивного туризму, освітнього туризму, реабілітаційного туризму та інших спеціалізованих видів туризму, що сприяє розширенню туристичної пропозиції та підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі в цілому.

Аналіз досвіду різних країн у сфері розвитку соціального туризму дозволяє виділити кілька моделей використання маршрутів соціального туризму для просування національного туристичного продукту (табл. 1.3).

Моделі використання маршрутів соціального туризму для просування національного туристичного продукту

<i>Модель</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Країни застосування</i>
Модель державного просування	Держава розробляє та просуває маршрути соціального туризму як частину національної стратегії розвитку туризму, спрямований на популяризацію внутрішнього туризму та формування національної ідентичності.	Франція, Іспанія, Угорщина
Модель регіонального розвитку	Маршрути розробляються та просуваються на регіональному рівні з метою розвитку туризму в економічно-депресивних районах та зменшення туристичного навантаження на популярні туристичні центри.	Італія, Португалія, Польща
Модель сезонного вирівнювання	Маршрути використовуються як інструмент зменшення сезонності туристичних потоків, пропонуючи привабливі умови для соціально вразливого населення в низький сезон.	Греція, Хорватія, Болгарія
Модель соціальної інклюзії	Маршрути соціального туризму розробляються з акцентом на їх доступність для всього населення, що сприяє розвитку інклюзивного туризму та формування позитивного іміджу країни як соціально відповідальної.	Швеція, Фінляндія, Норвегія
Модель антикризового управління	Маршрути використовуються як інструмент подолання кризових явищ у туристичній галузі (пандемія, економічна криза, геополітичні конфлікти тощо)	Туреччина, Єгипет, Таїланд

Для України, з огляду на її соціально-економічний та політичний контекст, найбільш доцільним видається комбінування елементів моделі регіонального розвитку та моделі антикризового управління, що дозволить

використовувати маршрути соціального туризму як інструмент відновлення туристичної галузі в умовах війни та післявоєнної відбудови, це сприятиме розвитку туризму у регіонах із значним туристичним потенціалом, які, однак, не є традиційними туристичними центрами.

1.3. Методичні підходи до формування маршрутів соціального туризму на макрорівні

Створення маршрутів соціального туризму на великому рівні - це складний процес, який потребує уважного підходу і врахування багатьох факторів. Вчені пропонують різні способи, як це робити, і ці способи можуть змінюватися в залежності від того, що саме хочуть досягти, як реалізують ці маршрути, а також хто займається їх організацією та управлінням.

Т. Ткаченко пропонує розглядати організацію маршрутів соціального туризму як частину державної туристичної політики, виділяючи кілька основних етапів цього процесу: визначення, куди саме потрібно розвивати соціальний туризм, створення необхідних законів і правил, розробка механізму для реалізації програм, а також постійне оцінювання їх ефективності.

В. Федорченко наголошує на важливості врахування особливостей кожного регіону при створенні маршрутів соціального туризму. Він пропонує такий підхід: оцінити туристичні можливості регіону, визначити, які групи людей потребують таких маршрутів, розробити маршрути, що відповідають потребам цих груп і можливостям регіону, а також створити механізм фінансування та реалізації таких турів.

Л. Черчик розглядає створення маршрутів соціального туризму як частину сталого розвитку територій, пропонуючи підхід, який поєднує соціальні, економічні та екологічні аспекти туризму. Цей підхід має на меті забезпечити доступність туристичних послуг для всіх людей, сприяти розвитку туристичних місць та зберегти природу і культуру територій.

Зарубіжні дослідники також пропонують різні методичні підходи до

формування маршрутів соціального туризму. Так, М. Сміт і Л. Пуцко розглядають створення маршрутів соціального туризму в контексті соціальної політики держави. Вони виділяють кілька важливих етапів цього процесу: визначення, хто є цільовими групами, оцінка їхніх потреб і можливостей, розробка спеціальних туристичних послуг, створення механізму для їх фінансування та реалізації, а також оцінка соціальних і економічних результатів.

Ф. Хіггінс-Десбіоллес пропонує підхід до створення маршрутів соціального туризму, який фокусується на залученні місцевих громад до розробки та реалізації туристичних програм. Такий підхід не тільки допомагає зробити туристичні послуги доступними для соціально вразливих людей, але й сприяє розвитку місцевої економіки та збереженню культурної спадщини.

Аналіз різних методичних підходів дозволяє виділити кілька моделей формування маршрутів соціального туризму на макрорівні, які відрізняються за цільовими орієнтирами, механізмами реалізації, суб'єктами та об'єктами управління (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Моделі формування маршрутів соціального туризму на макрорівні

<i>Модель</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Переваги</i>	<i>Недоліки</i>
Державно-центрична	Держава виступає основним суб'єктом формування маршрутів соціального туризму, визначаючи пріоритетні напрями, цільові групи, механізми фінансування та контролю	<ul style="list-style-type: none"> • Чіткий контроль за реалізацією • Системний підхід • Стабільне фінансування 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатня гнучкість • Обмеженість ресурсів • Бюрократизація процесу
Ринково-орієнтована	Основна роль у формуванні маршрутів належить приватному сектору, який розробляє та реалізує соціальні туристичні програми в рамках корпоративної відповідальності або з комерційною метою	<ul style="list-style-type: none"> • Гнучкість • Ефективність використання ресурсів • Інноваційність 	<ul style="list-style-type: none"> • Ризик комерціалізації • Нерівномірність охоплення цільових груп • Залежність від ринкової кон'юнктури

Громадсько-орієнтована	Розробка маршрутів здійснюється громадськими організаціями та соціальними підприємствами, які враховують інтереси та запити цільових груп	<ul style="list-style-type: none"> • Орієнтація на реальні потреби цільових груп • Залучення волонтерів • Висока соціальна ефективність 	<ul style="list-style-type: none"> • Залежність від гарантів та донорів • Обмеженість ресурсів • Фрагментарність охоплення
Інтегрована	Поєднання зусиль держави, приватного сектору та громадських організацій у формуванні маршрутів на засадах соціального партнерства	<ul style="list-style-type: none"> • Системність та комплексність • Диверсифікація ресурсів • Поєднання різних підходів та інструментів 	<ul style="list-style-type: none"> • Складність координації • Значні трансакційні витрати • Різні інтереси учасників
Територіально-орієнтована	Формування маршрутів здійснюється на рівні територіальних громад з урахуванням їх туристичного потенціалу та потреб місцевого населення	<ul style="list-style-type: none"> • Залучення місцевих ресурсів • сприяння розвитку території 	<ul style="list-style-type: none"> • Нерівномірність розвитку територій • Обмеженість місцевих ресурсів • Ризик локальної замкненості

Кожна з представлених моделей має власні переваги та обмеження, і вибір оптимального варіанту залежить від специфіки соціально-економічних, політичних та культурних параметрів конкретної країни, а також від визначених пріоритетів і завдань державної політики у сферах туризму та соціального забезпечення населення.

На основі проведеного аналізу можна стверджувати, що для України найбільш доцільним рішенням є застосування інтегрованої моделі розробки маршрутів соціального туризму. Ця модель базується на принципах соціального партнерства та охоплює злагоджену співпрацю державних інституцій, приватного сектору та громадських організацій, що дозволяє максимально ефективно поєднати ресурси та досягти заявлених цілей. Ця модель дозволяє об'єднати ресурси різних суб'єктів, використати їх переваги та мінімізувати недоліки, забезпечуючи системний та комплексний підхід до розвитку соціального туризму.

Процес формування маршрутів соціального туризму на макрорівні

включає кілька етапів, які представлено на рис. 1.3.

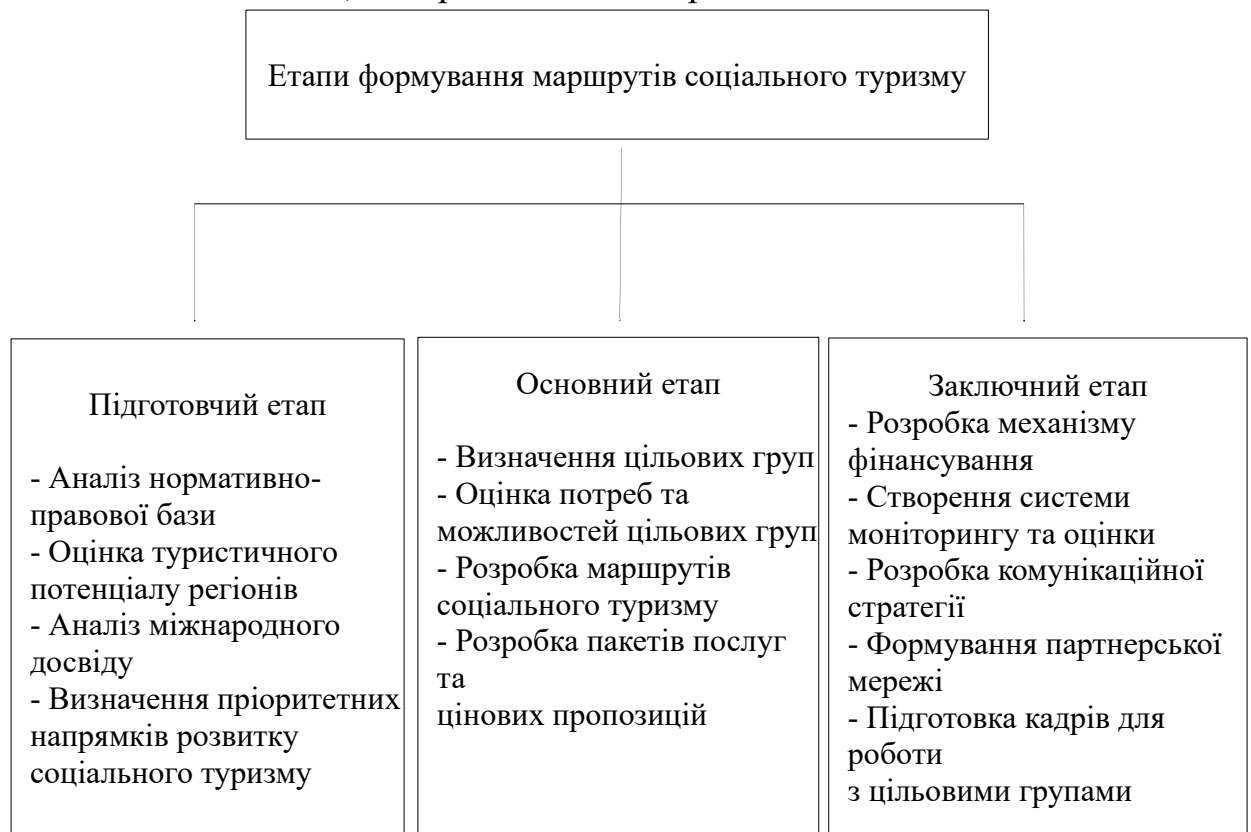


Рис.1.3. Етапи формування маршрутів соціального туризму на макрорівні

Джерело: створено автором.

Розглянемо детальніше кожен з етапів формування маршрутів соціального туризму на макрорівні.

Підготовчий етап включає аналіз нормативно-правової бази, оцінку туристичного потенціалу регіонів, аналіз міжнародного досвіду та кращих практик, визначення пріоритетних напрямів розвитку соціального туризму.

На цьому етапі важливо провести комплексний аналіз нормативно-правової бази, яка регулює розвиток туризму та соціальний захист населення, виявити прогалини та суперечності, розробити пропозиції щодо їх усунення. Також необхідно оцінити туристичний потенціал різних регіонів країни з точки зору їх придатності для розвитку соціального туризму, враховуючи такі фактори, як наявність туристичних ресурсів, рівень розвитку туристичної інфраструктури, транспортна доступність, безпека тощо.

Аналіз міжнародного досвіду та кращих практик дозволяє виявити успішні моделі розвитку соціального туризму, які можуть бути адаптовані до умов України, а також уникнути помилок, які були допущені в інших країнах. На основі проведеного аналізу визначаються пріоритетні напрями розвитку соціального туризму, які відповідають національним інтересам та потребам цільових груп.

Основний етап включає визначення цільових груп, оцінку їх потреб та можливостей, розробку маршрутів соціального туризму, розробку пакетів послуг та цінових пропозицій.

Визначення цільових груп здійснюється на основі аналізу соціально-демографічної структури населення, рівня їх доходів, потреб у туристичних послугах та можливостей їх задоволення. До основних цільових груп соціального туризму в Україні можна віднести: дітей та молодь, осіб з інвалідністю, пенсіонерів, багатодітні сім'ї, внутрішньо переміщених осіб, учасників бойових дій та їх сім'ї.

Аналіз потреб і можливостей цільової групи включає детальне вивчення їх уподобань щодо подорожей, а також факторів, які можуть обмежити участь у подорожах, таких як фізичні, фінансові чи часові обмеження. Особлива увага приділяється визначенню наявних ресурсів для здійснення туристичної діяльності, які можуть включати також і власні кошти, державну підтримку у вигляді субсидій або соціальних виплат.

Процес розробки маршрутів соціального туризму спрямований на поєднання потреб і можливостей цільової аудиторії з туристичним потенціалом відповідної території. Основними критеріями при цьому є забезпечення доступності, безпеки та комфорту для всіх учасників, незалежно від їхніх фізичних характеристик чи фінансових можливостей.

Розробка пакетів послуг та цінових пропозицій передбачає формування комплексу туристичних послуг (транспортне обслуговування, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування тощо), який відповідає потребам та

можливостям цільових груп, а також встановлення цін, які є доступними для них з урахуванням державних субсидій, соціальних пільг та інших форм підтримки.

Заключний етап включає розробку механізму фінансування, створення системи моніторингу та оцінки, розробку комунікаційної стратегії, формування партнерської мережі, підготовку кадрів для роботи з цільовими групами.

Розробка механізму фінансування передбачає визначення джерел фінансування (державний та місцеві бюджети, фонди соціального страхування, профспілкові фонди, благодійні внески, власні кошти учасників тощо), а також процедур розподілу та використання цих коштів.

Створення системи моніторингу та оцінки дає змогу ефективно контролювати виконання маршрутів соціального туризму, ідентифікувати проблеми й недоліки, а також пропонувати шляхи їх усунення. У цьому процесі важливо враховувати як кількісні показники (наприклад, кількість учасників, обсяг наданих послуг, фінансові результати), так і якісні (рівень задоволеності учасників, їхні відгуки та рекомендації).

Розроблення комунікаційної стратегії включає визначення оптимальних каналів та інструментів спілкування з цільовими аудиторіями, створення інформаційних матеріалів, а також організацію інформаційних кампаній, спрямованих на популяризацію маршрутів соціального туризму й залучення нових учасників.

Формування партнерської мережі включає залучення різних суб'єктів (державних органів, органів місцевого самоврядування, туристичних підприємств, транспортних компаній, закладів розміщення та харчування, екскурсійних бюро, громадських організацій тощо) до реалізації маршрутів соціального туризму на засадах соціального партнерства.

Підготовка кадрів для роботи з цільовими групами передбачає навчання та підвищення кваліфікації фахівців, які безпосередньо контактують з

учасниками маршрутів соціального туризму (екскурсоводів, гідів, аніматорів, інструкторів, соціальних працівників тощо), з акцентом на особливості роботи з різними категоріями населення (особами з інвалідністю, пенсіонерами, дітьми тощо).

Визначення факторів, що впливають на процес формування маршрутів соціального туризму на макрорівні, є важливим етапом. Ці фактори можна поділити за різними критеріями (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Класифікація чинників, що впливають на формування маршрутів соціального туризму

<i>Ознака класифікації</i>	<i>Види чинників</i>
За сферою дії	<ul style="list-style-type: none"> • Політико-правові (нормативно-правова база, державна політика у сфері туризму та соціального захисту) • Економічні (рівень економічного розвитку країни, рівень доходів населення) • Соціально-демографічні (соціально-демографічна структура населення, рівень соціальної стратифікації) • Культурно-історичні (наявність об'єктів культурної спадщини, культурні традиції) • Природно-географічні (клімат, рельєф, природні ресурси) • Інфраструктурні (рівень розвитку туристичної інфраструктури та транспортної мережі)
За масштабом дії	<ul style="list-style-type: none"> • Глобальні (міжнародні тенденції розвитку туризму, глобальні процеси) • Національні (особливості національного законодавства, економіки, культури) • Регіональні (специфіка розвитку окремих регіонів) • Локальні (особливості конкретних дестинацій)
За спрямованістю дії	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулюючі (сприяють розвитку соціального туризму) • Стримуючі (перешкоджають розвитку туризму)
За механізмом дії	<ul style="list-style-type: none"> • Прямі (безпосередньо впливають на формування маршрутів) • Опосередковані (мають вплив через інші чинники)
За часом дії	<ul style="list-style-type: none"> • Постійні (діють протягом тривалого часу) • Тимчасові (протягом обмеженого періоду)
За можливістю управління	<ul style="list-style-type: none"> • Керовані (піддаються управлінському впливу) • Некеровані (не піддаються управлінському впливу)

Аналіз цих аспектів дає змогу створити дієві механізми для формування маршрутів соціального туризму, які адаптовані до потреб цільової аудиторії та

сприяють реалізації соціальних, економічних і екологічних цілей у розвитку туризму.

У контексті формування маршрутів соціального туризму на макрорівні важливе значення має також взаємодія різних суб'єктів, які беруть участь у цьому процесі. Ця взаємодія може бути представлена у вигляді моделі (рис. 1.4).

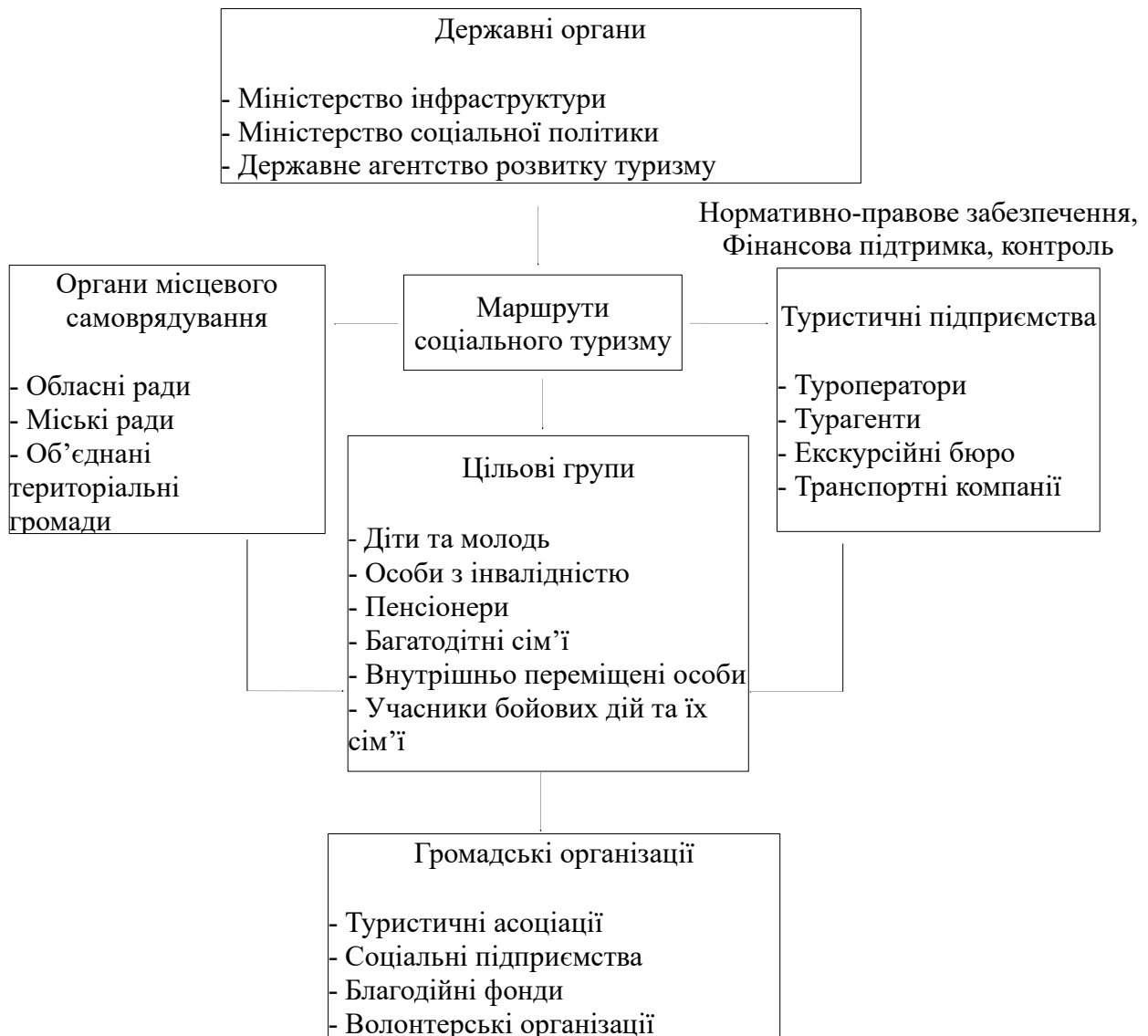


Рис.1.4. Модель взаємодії суб'єктів формування маршрутів соціального туризму

Джерело: розроблено автором на основі джерел [26, с.91-93].

Ця модель демонструє взаємозв'язки між різними суб'єктами, які беруть

участь у формуванні маршрутів соціального туризму, та їх роль у цьому процесі. Державні органи забезпечують нормативно-правову базу, фінансову підтримку та контроль за реалізацією програм соціального туризму. Органи місцевого самоврядування відповідають за розвиток туризму на місцевому рівні, формування туристичної інфраструктури, підтримку місцевих ініціатив. Туристичні підприємства розробляють та реалізують туристичні продукти, забезпечують якість туристичних послуг. Громадські організації представляють інтереси цільових груп, залучають додаткові ресурси, здійснюють громадський контроль. Цільові групи виступають споживачами туристичних послуг, а також джерелом зворотного зв'язку щодо їх якості та доступності.

Ефективна співпраця між усіма залученими сторонами є ключовою передумовою для успішного створення маршрутів соціального туризму, що відповідають потребам цільових аудиторій і сприяють досягненню соціальних, економічних та екологічних цілей у сфері туризму.

Створення таких маршрутів на макрорівні представляє собою складний і багатогранний процес, який вимагає системного підходу, врахування численних чинників і налагодженої взаємодії між зацікавленими сторонами. Цей процес поділяється на підготовчий, основний та завершальний етапи, причому кожен із них передбачає вирішення окремих завдань із застосуванням відповідних методик та інструментів.

Для України, з огляду на її соціально-економічні та політичні особливості, найбільш оптимальною є інтегрована модель формування маршрутів соціального туризму, яка передбачає поєднання зусиль держави, приватного сектору та громадських організацій на засадах соціального партнерства. Ця модель дозволяє об'єднати ресурси різних суб'єктів, використати їх переваги та мінімізувати недоліки, забезпечуючи системний та комплексний підхід до розвитку соціального туризму.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму на українському ринку

Сучасний стан соціального туризму в Україні характеризується наявністю низки маршрутів, орієнтованих на різні категорії соціально вразливих верств населення. Проведений моніторинг дозволив систематизувати та проаналізувати основні напрямки соціального туризму, що функціонують на українському ринку.

Для комплексного дослідження існуючих маршрутів соціального туризму була розроблена методика моніторингу, яка включала:

- аналіз пропозицій туристичних організацій, що спеціалізуються на соціальному туризмі;
- вивчення програм місцевих органів влади з підтримки соціального туризму;
- дослідження діяльності громадських організацій у сфері соціального туризму;
- опитування представників цільових груп соціального туризму;
- аналіз статистичних даних щодо обсягів соціального туризму в Україні.

Результати моніторингу показали, що на українському ринку сформувалися певні категорії маршрутів соціального туризму, основні з яких представлені в таблиці 2.1.

Як видно з таблиці 2.1, найбільша кількість маршрутів соціального туризму орієнтована на людей похилого віку (28,4%) та людей з інвалідністю (24,3%). Це пояснюється як чисельністю цих категорій населення, так і наявністю державних програм підтримки. Найменша кількість маршрутів представлена для внутрішньо переміщених осіб (12,2%), що вказує на

необхідність розвитку цього напрямку соціального туризму.

Таблиця 2.1

Структура маршрутів соціального туризму в Україні за цільовими групами

Цільова група	Кількість доступних маршрутів	Частка ринку, %	Середня тривалість, днів	Середня вартість на особу, грн
Люди похилого віку	42	28,4	3,2	2400
Люди з інвалідністю	36	24,3	4,5	3100
Діти-сироти та діти з малозабезпечених сімей	31	20,9	5,7	3600
Учасники АТО/ООС та їх сім'ї	21	14,2	6,2	4200
Внутрішньо переміщені особи	18	12,2	4,8	2900
Всього	148	100	4,9	3240

Аналіз географічного розподілу маршрутів соціального туризму (рис. 2.1) показав нерівномірність охоплення території України.

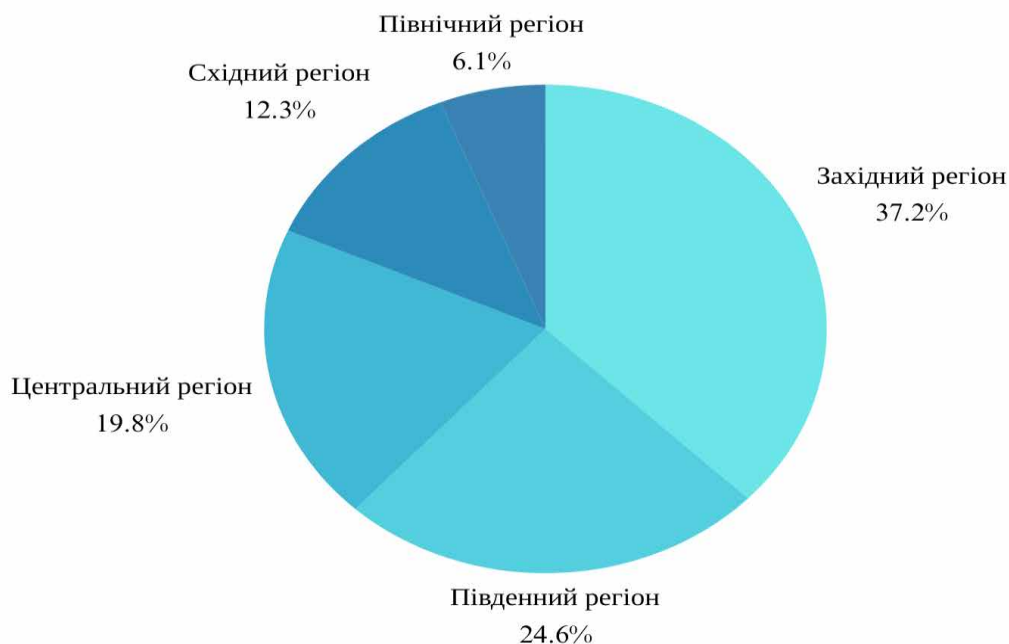


Рис. 2.1. Географічний розподіл маршрутів соціального туризму за регіонами України

Джерело: складено автором за результатами моніторингу.

Найбільша концентрація маршрутів соціального туризму спостерігається в Західному регіоні України (Львівська, Івано-Франківська,

Закарпатська області) – 37,2% від загальної кількості маршрутів. Наступним за популярністю є Південний регіон (Одеська, Херсонська, Миколаївська області) – 24,6%. Центральний регіон охоплює 19,8% маршрутів, Східний – 12,3%, Північний – 6,1%.

Важливим аспектом моніторингу було дослідження тематичної спрямованості маршрутів соціального туризму (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Тематична структура маршрутів соціального туризму в Україні

Тематичне спрямування	Кількість маршрутів	Частка, %
Культурно-пізнавальні	53	35,8
Оздоровчо-рекреаційні	42	28,4
Екологічні	23	15,5
Релігійні	16	10,8
Історико-патріотичні	14	9,5
Всього	148	100

Як видно з таблиці 2.2, найбільшу частку займають культурно-пізнавальні (35,8%) та оздоровчо-рекреаційні (28,4%) маршрути. Це пояснюється як їхньою популярністю серед цільових груп, так і можливістю отримання державного фінансування на такі програми.

Проведений моніторинг також виявив динаміку розвитку маршрутів соціального туризму за останні п'ять років (рис. 2.2).

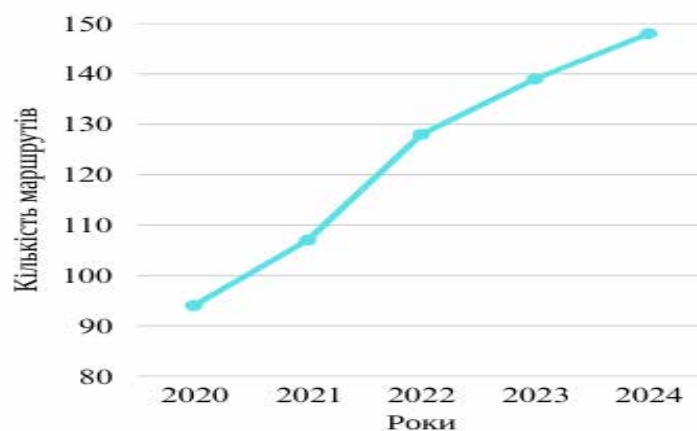


Рис. 2.2. Динаміка кількості маршрутів соціального туризму в Україні (2020-2024 рр.)

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України.

Як видно з рисунку 2.2, кількість маршрутів соціального туризму в Україні зросла з 94 у 2020 році до 148 у 2024 році, що складає приріст на 57,4%. Найбільш динамічне зростання спостерігалось у 2022-2023 роках, що пов'язано з впровадженням нових державних програм підтримки соціального туризму та активізацією діяльності громадських організацій у цій сфері.

Важливим показником є сезонність маршрутів соціального туризму. Проведений аналіз показав, що 63,5% всіх маршрутів припадає на літній період, 18,2% – на весняно-осінній, і лише 18,3% маршрутів доступні протягом усього року. Така нерівномірність створює додаткові проблеми у забезпеченні доступності соціального туризму для цільових груп.

Таким чином, моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму на українському ринку виявив як позитивні тенденції (збільшення загальної кількості маршрутів, розширення тематичного спрямування), так і низку проблем (нерівномірний географічний розподіл, виражена сезонність, недостатнє охоплення деяких цільових груп).

2.2. Аналіз діяльності туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту.

Для комплексної оцінки стану соціального туризму в Україні було проведено аналіз діяльності основних суб'єктів, що займаються формуванням, просуванням та реалізацією соціальних туристичних продуктів. Дослідження охопило 47 організацій, серед яких:

- 18 туристичних агенцій та операторів;
- 12 громадських організацій;
- 9 комунальних туристично-інформаційних центрів;
- 8 санаторно-курортних закладів.

Аналіз форм власності організацій, що пропонують соціальні туристичні продукти, представлений на рисунку 2.3.

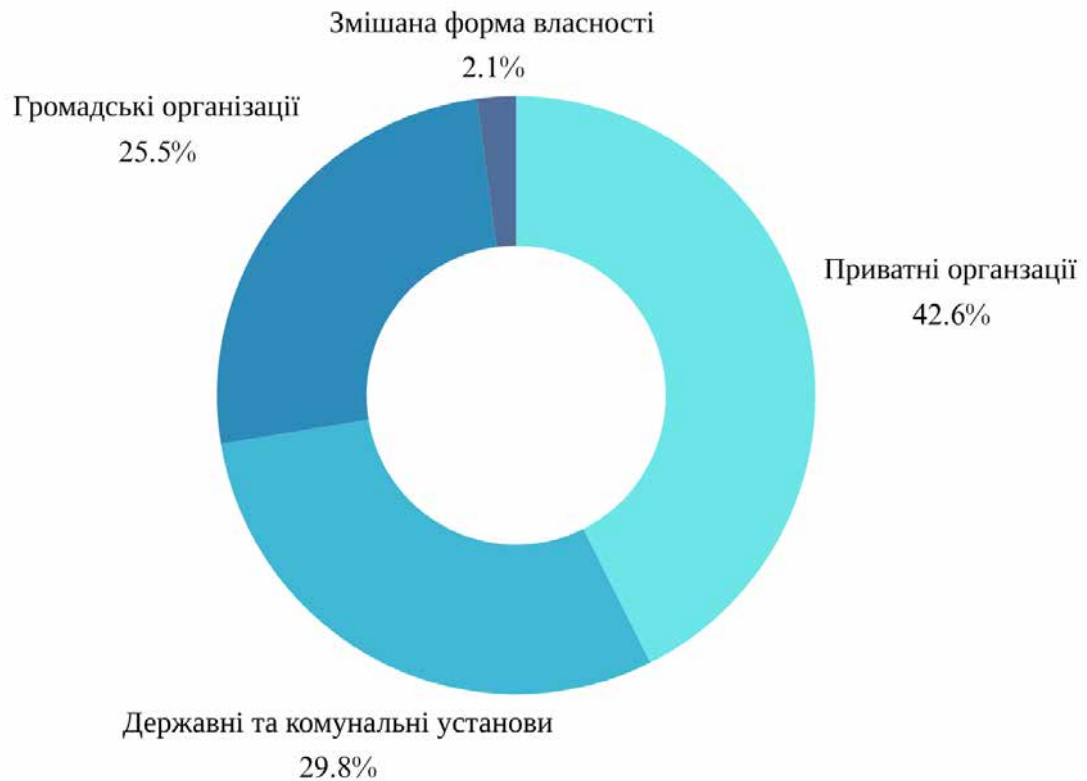


Рис. 2.3. Структура організацій у сфері соціального туризму за формами власності

Джерело: створено автором на основі дослідження.

Як видно з рисунку 2.3, найбільшу частку (42,6%) становлять приватні організації, що свідчить про зростання інтересу бізнесу до соціального туризму. Державні та комунальні установи становлять 29,8%, громадські організації – 25,5%, а організації змішаної форми власності – лише 2,1%.

Для глибокого розуміння особливостей формування соціальних туристичних продуктів було проаналізовано джерела фінансування таких маршрутів (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

Структура джерел фінансування маршрутів соціального туризму в Україні

Джерело фінансування	Частка у загальному обсязі фінансування, %
Державний бюджет	31,7
Місцеві бюджети	23,4
Кошти учасників (часткова оплата)	21,8

<i>Джерело фінансування</i>	<i>Частка у загальному обсязі фінансування, %</i>
Благодійні внески	12,6
Гранти міжнародних організацій	8,3
Спонсорські кошти	2,2

Як бачимо з таблиці 2.3, основним джерелом фінансування маршрутів соціального туризму залишаються бюджетні кошти (державний та місцеві бюджети) – сумарно 55,1%. Важливу роль відіграє часткова оплата самими учасниками (21,8%), що свідчить про застосування змішаної моделі фінансування. Найменшу частку становлять спонсорські кошти (2,2%), що вказує на недостатню залученість бізнесу до фінансування соціальних туристичних ініціатив.

Для оцінки ефективності діяльності організацій у сфері соціального туризму було проаналізовано основні операційні показники за 2023 рік (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4

Операційні показники організацій у сфері соціального туризму (2024 р.)

<i>Тип організації</i>	<i>Середня кількість реалізованих турів на рік</i>	<i>Середня кількість обслугованих туристів</i>	<i>Середній дохід від соціальних турів, тис. грн</i>	<i>Рентабельність, %</i>
Туристичні агенції/оператори	24,3	612	846,7	9,2
Громадські організації	16,8	437	523,4	3,7
Туристично-інформаційні центри	12,5	328	394,6	2,1
Санаторно-курортні заклади	8,4	462	1245,2	12,8

Дані таблиці 2.4 свідчать про суттєві відмінності в операційних показниках різних типів організацій. Найбільшу кількість турів реалізують туристичні агенції та оператори (в середньому 24,3 тури на рік), однак за показником рентабельності лідирують санаторно-курортні заклади (12,8%), що пояснюється вищою додатковою вартістю їхніх послуг.

Важливим аспектом дослідження було виявлення основних методів просування соціальних туристичних продуктів (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Структура методів просування соціальних туристичних продуктів

Джерело: створено автором на основі досліджень.

Як видно з рисунку 2.4, найпопулярнішими методами просування є соціальні мережі (32,4%), співпраця з органами соціального захисту (28,7%) та співпраця з громадськими організаціями (21,9%). Традиційні методи реклами (6,8%) та участь у виставках (5,2%) використовуються значно рідше, що пояснюється їхньою високою вартістю та нижчою ефективністю для цільової аудиторії соціального туризму.

Аналіз каналів реалізації соціальних туристичних продуктів виявив, що 47,3% продажів здійснюється через прямі звернення до організацій, 23,8% – через органи соціального захисту, 16,4% – через онлайн-платформи, 12,5% – через партнерські організації.

Для оцінки якості соціальних туристичних продуктів було проведено опитування 386 учасників соціальних турів у різних регіонах України. Результати оцінки за 5-бальною шкалою представлені в таблиці 2.5.

Як видно з таблиці 2.5, найвищі оцінки отримали екскурсійна програма (4,5) та співвідношення ціна/якість (4,3), найнижчі – адаптованість для особливих потреб (3,4) та транспортне обслуговування (3,7). Це свідчить про

необхідність покращення інфраструктурного забезпечення соціального туризму.

Таблиця 2.5

Оцінка якості соціальних туристичних продуктів учасниками турів

Параметр	Середня оцінка (1-5)	Стандартне відхилення
Інформаційний супровід туру	4,2	0,6
Транспортне обслуговування	3,7	0,9
Якість розміщення	3,8	0,8
Організація харчування	4,0	0,7
Екскурсійна програма	4,5	0,5
Адаптованість для особливих потреб	3,4	1,1
Співвідношення ціна/якість	4,3	0,6
Загальне враження	4,1	0,7

Проведений SWOT-аналіз діяльності організацій у сфері соціального туризму (таблиця 2.6) дозволив систематизувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз діяльності організацій у сфері соціального туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Наявність державної підтримки • Високий соціальний запит • Різноманітність туристичних ресурсів • Досвід роботи з соціально вразливими групами • Низька цінова категорія 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатнє фінансування • Слабка інфраструктура • Сезонність туристичних продуктів • Низький рівень адаптованості для осіб з інвалідністю • Обмежений маркетинговий бюджет
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Розширення міжнародної співпраці • Залучення грантового фінансування • Розвиток державно-приватного партнерства • Впровадження інноваційних технологій • Розширення цільової аудиторії 	<ul style="list-style-type: none"> • Нестабільна економічна ситуація • Скорочення бюджетного фінансування • Підвищення конкуренції на ринку • Зміни в законодавстві • Безпекові ризики

Таким чином, аналіз діяльності туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту виявив значний потенціал розвитку цього напрямку за умови вирішення низки

виявлених проблем, зокрема: розширення джерел фінансування, підвищення рівня адаптованості туристичної інфраструктури, впровадження інноваційних маркетингових підходів.

2.3. Дослідження впливу факторів на формування маршрутів соціального туризму

Для глибокого розуміння процесів формування маршрутів соціального туризму в Україні було проведено комплексне дослідження факторів, що впливають на цей процес. Дослідження базувалося на даних статистичного аналізу, експертних оцінках та результатах опитування представників організацій у сфері соціального туризму.

На першому етапі було визначено основні групи факторів впливу та їх складові (рис. 2.5).

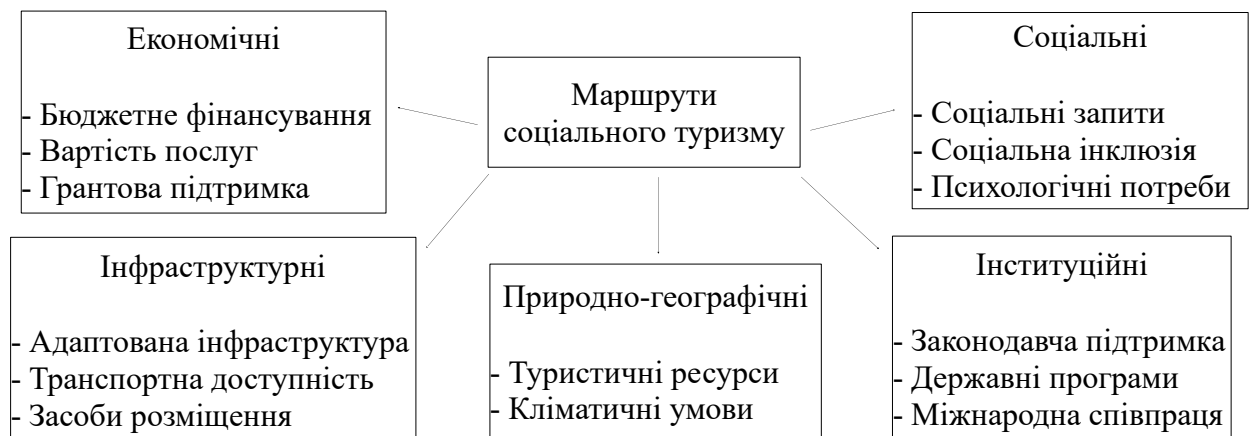


Рис. 2.5. Система факторів впливу на формування маршрутів соціального туризму

Джерело: розроблено на основі джерел [17, с.87; 21, с.44-45; 24, с.67].

Відповідно до рисунку 2.5, всі фактори були розподілені на п'ять основних груп: економічні, соціальні, інфраструктурні, інституційні та природно-географічні. Кожна група містить конкретні фактори, що мають різний ступінь впливу на формування маршрутів соціального туризму.

Для визначення вагомості кожної групи факторів було проведено

експертне опитування 23 фахівців у сфері соціального туризму (представників туристичних організацій, науковців, державних службовців). Результати оцінки за 10-бальною шкалою представлені в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Експертна оцінка вагомості факторів впливу на формування маршрутів соціального туризму

<i>Група факторів</i>	<i>Середня оцінка (1-10)</i>	<i>Коефіцієнт вагомості</i>	<i>Ранг</i>
Економічні	8,7	0,25	1
Соціальні	7,8	0,23	2
Інфраструктурні	7,2	0,21	3
Інституційні	6,4	0,19	4
Природно-географічні	4,2	0,12	5
Всього	34,3	1,00	-

Як видно з таблиці 2.7, найбільшу вагомість мають економічні фактори (коефіцієнт 0,25), найменшу – природно-географічні (коефіцієнт 0,12). Це підтверджує гіпотезу про первинність економічних умов для розвитку соціального туризму.

Для детальнішого аналізу було проведено оцінку конкретних факторів у межах кожної групи. Результати для економічних факторів представлені в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Оцінка впливу економічних факторів на формування маршрутів соціального туризму

<i>Економічний фактор</i>	<i>Середня оцінка впливу (1-10)</i>	<i>Коефіцієнт вагомості</i>	<i>Ранг</i>
Обсяг бюджетного фінансування	9,2	0,21	1
Вартість туристичних послуг	8,7	0,20	2
Рівень доходів цільових груп	8,5	0,19	3
Наявність податкових пільг	7,9	0,18	4
Рівень інфляції	5,4	0,12	5
Курс національної валюти	4,6	0,10	6
Всього	44,3	1,00	-

Серед економічних факторів найбільший вплив має обсяг бюджетного фінансування (оцінка 9,2), що підтверджує залежність соціального туризму від державної підтримки.

Аналогічно було проведено оцінку інших груп факторів. Для соціальних факторів найвагомішими виявилися «соціальний запит цільових груп» (оцінка 9,3) та «рівень соціальної захищеності» (8,9). Серед інфраструктурних факторів лідирують «наявність адаптованої інфраструктури» (9,4) та «транспортна доступність» (8,8). В групі інституційних факторів найвагомішими є «законодавча база» (9,1) та «державні програми підтримки» (8,7).

Для визначення взаємозв'язку між факторами впливу та показниками розвитку соціального туризму було проведено кореляційний аналіз. Результати для ключових факторів представлені в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Кореляційна матриця взаємозв'язку факторів впливу та показників розвитку соціального туризму

<i>Фактор впливу</i>	<i>Кількість маршрутів</i>	<i>Кількість туристів</i>	<i>Середня тривалість туру</i>	<i>Вартість туру</i>
Обсяг бюджетного фінансування	0,87	0,82	0,41	-0,53
Соціальний запит цільових груп	0,76	0,91	0,38	-0,29
Наявність адаптованої інфраструктури	0,79	0,73	0,65	-0,44
Законодавча база	0,71	0,68	0,33	-0,27
Транспортна доступність	0,82	0,75	0,59	-0,48

Кореляційний аналіз показав сильний позитивний зв'язок між обсягом бюджетного фінансування та кількістю маршрутів ($r=0,87$) і кількістю туристів ($r=0,82$). Найсильніший зв'язок з кількістю туристів має соціальний запит цільових груп ($r=0,91$).

Для виявлення регіональної специфіки впливу факторів було проведено порівняльний аналіз для чотирьох макрорегіонів України (рис. 2.6).

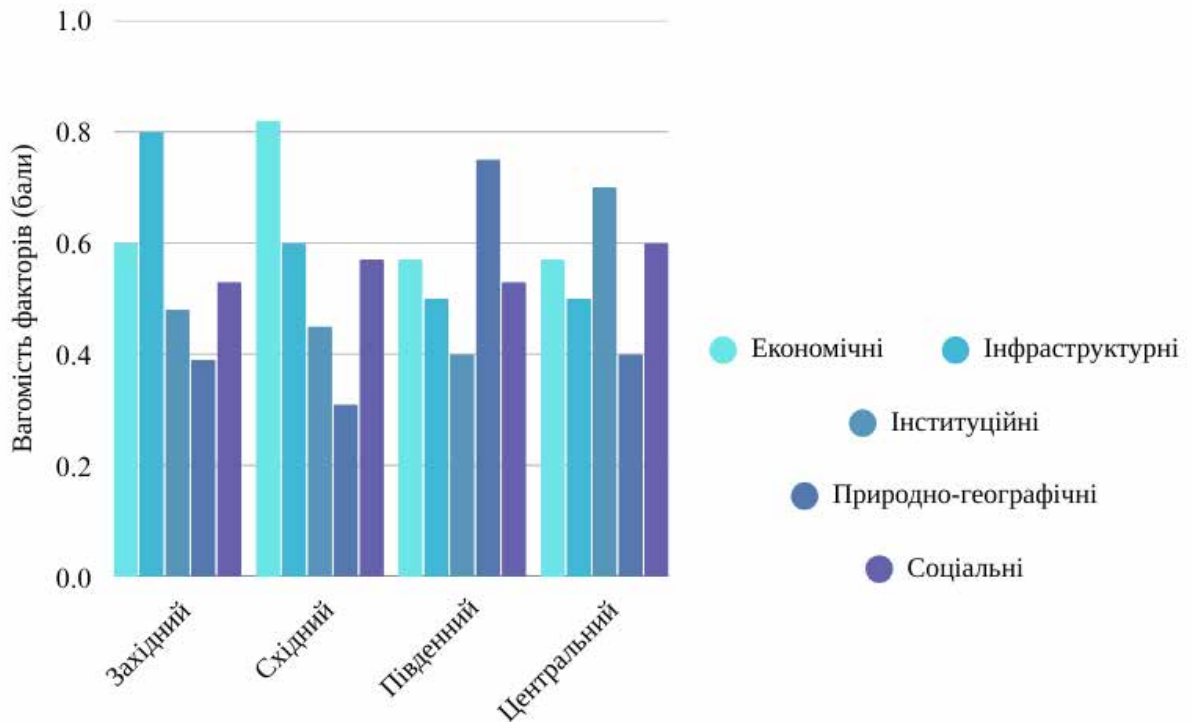


Рис. 2.6. Регіональні відмінності вагомості факторів впливу на соціальний туризм

Як видно з рисунку 2.6, існують суттєві регіональні відмінності. Так, у Західному регіоні найбільший вплив мають інфраструктурні фактори, у Східному – економічні, у Південному – природно-географічні, у Центральному – інституційні. Це свідчить про необхідність диференційованого підходу до формування маршрутів соціального туризму залежно від регіону.

Для прогнозування розвитку соціального туризму було розроблено регресійну модель, що пов'язує кількість маршрутів соціального туризму (Y) з ключовими факторами впливу:

$$Y = 23,7 + 0,54X_1 + 0,38X_2 + 0,42X_3 + 0,29X_4 + 0,31X_5$$

де: X_1 – обсяг бюджетного фінансування (млн грн); X_2 – рівень соціального запиту (бальна оцінка); X_3 – рівень розвитку адаптованої інфраструктури (бальна оцінка); X_4 – рівень законодавчої підтримки (бальна оцінка); X_5 – рівень транспортної доступності (бальна оцінка).

Розроблена модель має коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,83$, що свідчить про її високу прогностичну здатність. Відповідно до моделі, збільшення обсягу

бюджетного фінансування на 1 млн грн призводить до збільшення кількості маршрутів соціального туризму в середньому на 0,54.

На основі проведеного дослідження було розроблено матрицю пріоритетності факторів впливу для різних категорій соціального туризму (таблиця 2.10).

Таблиця 2.10

Матриця пріоритетності факторів впливу для різних категорій соціального туризму

<i>Категорія соціального туризму</i>	<i>Пріоритетні фактори впливу</i>	<i>Коефіцієнт значущості (1-5)</i>
Дитячо-юнацький	Безпека, інфраструктура, освітня складова	5, 4, 4
Туризм для людей з інвалідністю	Адаптована інфраструктура, транспортна доступність, медичний супровід	5, 5, 4
Туризм для людей похилого віку	Медичне забезпечення, ціновий фактор, комфорт	5, 4, 4
Туризм для учасників АТО/ООС	Психологічна складова, безпека, бюджетне фінансування	5, 4, 5
Туризм для ВПО	Доступність, соціальна адаптація, культурна складова	5, 4, 3

Таким чином, проведене дослідження впливу факторів на формування маршрутів соціального туризму дозволило виявити ключові детермінанти розвитку цього напрямку, кількісно оцінити їх вплив та розробити прогностичну модель. Отримані результати створюють наукове підґрунтя для формування ефективної політики розвитку соціального туризму в Україні та можуть бути використані при розробці нових маршрутів з урахуванням виявлених закономірностей.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МАРШРУТІВ СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Розроблення нових маршрутів соціального туризму

На основі другого розділу, можна зробити висновок, що соціальний туризм в Україні може розвиватися, однак потрібні нові підходи до формування маршрутів, які будуть призначені для потреб різних соціальних груп, та враховуватимуть сучасні тенденції туристичної галузі.

1. Маршрут «Доступна Україна» для людей з інвалідністю.

Завдяки аналізу існуючих маршрутів, бачимо що найменше пропозицій на українському ринку існує для людей з інвалідністю. Тому що ми маємо недостатню кількість туристичних об'єктів, які адаптовані для потреб таких людей, і відсутній спеціалізований транспорт. Отже, враховуючи ці фактори, пропонуємо маршрут «Доступна Україна», у якому зібрано найбільш адаптовані туристичні об'єкти в кількох регіонах країни.

Тривалість маршруту: 7 днів

Цільова аудиторія: люди з обмеженими можливостями пересування та їхні супроводжуючі.

Опис маршруту:

День 1: Київ

- Прибуття до Києва, розміщення в адаптованому готелі «Україна»
- Оглядова екскурсія містом на спеціально обладнаному автобусі
- Відвідування Національного музею історії України (має пандуси та ліфти)
- Вечеря в ресторані «Борщ» з доступним входом та адаптованими туалетами

День 2: Київ – Львів

- Переїзд до Львова потягом Інтерсіті+ (має спеціальні місця для людей з інвалідністю)

- Розміщення в готелі «Дністер» (адаптовані номери)
- Відвідування Львівської національної галереї мистецтв (обладнана ліфтами)

День 3: Львів

- Екскурсія історичним центром Львова (розроблений доступний маршрут)
- Відвідування Львівської майстерні шоколаду (майстер-клас з виготовлення шоколаду)
- Відвідування оперного театру (спеціальні місця для глядачів на візках)

День 4: Львів – Трускавець

- Переїзд до Трускавця на спеціально обладнаному автобусі
- Розміщення в санаторії «Карпати» (адаптовані номери та лікувальна база)
- Консультація з лікарем та призначення лікувальних процедур

День 5: Трускавець

- Лікувальні процедури в санаторії
- Екскурсія до музею «Трускавецький бювет»
- Відвідування адаптованого SPA-комплексу

День 6: Трускавець – Одеса

- Переїзд до Одеси потягом Інтерсіті+ (має спеціальні місця)
- Розміщення в адаптованому готелі «Чорне море»
- Вечірня прогулянка Приморським бульваром (доступний для візків)

День 7: Одеса

- Екскурсія Одеським оперним театром(обладнаний ліфтом)
- Відвідування Одеського морського порту (адаптована набережна)
- Прощальна вечеря в ресторані «Steakhouse»(доступне приміщення)

Особливості маршруту:

1. Весь маршрут розроблений з урахуванням доступності об'єктів для людей з обмеженими можливостями пересування.

2. У групі постійно присутній медичний працівник.
3. Транспорт обладнаний спеціальними підйомниками.
4. Усі готелі мають адаптовані номери на першому поверсі або ліфтами.
5. Екскурсійна програма передбачає комфортний темп пересування та достатню кількість перерв.

2. Маршрут «Юні дослідники» для дітей із малозабезпечених сімей та дітей-сиріт

Аналіз діяльності туристичних організацій, проведений у розділі 2, показав, що найбільш активно розвивається соціальний туризм для дітей та молоді. Однак діти з малозабезпечених сімей та діти-сироти часто залишаються поза увагою. Пропонуємо освітньо-пізнавальний маршрут «Юні дослідники», який поєднує екскурсійну програму з елементами навчання та розвитку практичних навичок.

Тривалість маршруту: 5 днів

Цільова аудиторія: діти 10-14 років із малозабезпечених сімей та дитячих будинків.

Опис маршруту:

День 1: Київ

- Збір групи в Києві
- Відвідування Експериментаніуму (інтерактивний музей науки)
- Майстер-клас з робототехніки
- Розміщення в хостелі «Дружба»

День 2: Київ – Переяслав

- Переїзд до Переяслава
- Відвідування Музею народної архітектури та побуту (інтерактивна програма «Життя наших предків»)

- Майстер-клас з гончарства

- Повернення до Києва

День 3: Київ – Нові Петрівці

- Виїзд до Нових Петрівців
- Відвідування музею «Битва за Київ» з елементами історичної реконструкції

- Екологічний квест у парку Межигір'я
- Повернення до Києва

День 4: Київ

- Відвідування Київського планетарію
- Астрономічний майстер-клас
- Екскурсія до Києво-Печерської лаври

День 5: Київ

- Відвідування Музею води
- Екологічний майстер-клас «Збережемо планету разом»
- Вручення сертифікатів «Юного дослідника» та пам'ятних подарунків

Особливості маршруту:

1. Усі екскурсії проводяться в інтерактивному форматі з залученням дітей до активної участі.

2. У програму включені майстер-класи для розвитку практичних навичок.

3. Маршрут має освітню спрямованість, але подається в ігровій формі.

4. Харчування організовано 3 рази на день.

5. Проживання в хостелі економ-класу з дотриманням усіх санітарних норм.

3. Маршрут «Активне довголіття» для пенсіонерів

Як показав аналіз факторів, що впливають на формування маршрутів соціального туризму (підрозділ 2.3), важливим аспектом є врахування фізичних можливостей цільової аудиторії. Для пенсіонерів розробляємо маршрут «Активне довголіття», який поєднує помірні фізичні навантаження, оздоровчі процедури та пізнавальні екскурсії.

Тривалість маршруту: 10 днів

Цільова аудиторія: пенсіонери з активною життєвою позицією.

Опис маршруту:

День 1-3: Моршин

- Прибуття до Моршина, розміщення в санаторії «Перлина Прикарпаття»
- Консультація з лікарем та призначення оздоровчих процедур
- Щоранку - заняття лікувальною фізкультурою
- Екскурсія до джерел мінеральних вод
- Лекція про здорове харчування та спосіб життя

День 4-6: Трускавець

- Переїзд до Трускавця
- Розміщення в санаторії «Кришталевий палац»
- Продовження оздоровчих процедур
- Екскурсія до Дрогобича з відвідуванням музею Івана Франка
- Майстер-клас з виготовлення лікарських зборів

День 7-9: Східниця

- Переїзд до Східниці
- Розміщення в готельному комплексі «Три сини та донька»
- Відвідування мінеральних джерел Східниці
- Піший похід до водоспаду (легкий маршрут)
- Вечори відпочинку з танцями та співами

День 10: Повернення

- Виїзд зі Східниці
- Відвідування Стрийського парку у Львові
- Відправлення додому

Особливості маршруту:

1. Помірні фізичні навантаження, адаптовані до можливостей пенсіонерів.
2. Поєднання оздоровчих процедур з пізнавальними екскурсіями.
3. Постійний медичний супровід групи.

4. Дієтичне харчування з урахуванням потреб літніх людей.

5. Комфортне розміщення в номерах зі зручностями.

4. Маршрут «Військовий відпочинок» для ветеранів АТО/ООС

У підрозділі 2.2 було виявлено, що однією з найменш охоплених категорій у сфері соціального туризму є ветерани АТО/ООС. Враховуючи специфічні потреби цієї групи, пропонуємо розробити спеціальний маршрут, що поєднує активний відпочинок, психологічну реабілітацію та соціальну адаптацію.

Тривалість маршруту: 8 днів

Цільова аудиторія: ветерани АТО/ООС та члени їхніх сімей.

Опис маршруту:

День 1-3: Київ – Коростень

- Виїзд з Києва до міста Коростень
- Розміщення на базі відпочинку «Лісова галявина»
- Сеанси групової психологічної терапії
- Риболовля на річці Уж
- Екскурсія до історико-культурного комплексу «Скеля»

День 4-5: Житомир

- Переїзд до Житомира
- Розміщення в готелі «Житомир»
- Відвідування музею космонавтики
- Екскурсія до Поліського природного заповідника
- Зустріч з представниками місцевої влади та громадських організацій

День 6-8: Вінниця

- Переїзд до Вінниці
- Розміщення в готелі «Поділля»
- Відвідування Вінницького обласного краєзнавчого музею
- Екскурсія до фонтану «Рошен»
- Майстер-клас з працевлаштування та соціальної адаптації

- Повернення до Києва

Особливості маршруту:

1. У програму включені сеанси психологічної реабілітації.
2. Маршрут передбачає як активний відпочинок, так і культурну програму.
3. Організовані зустрічі з потенційними роботодавцями та представниками громадських організацій.
4. Комфортне розміщення та транспортування.
5. Можливість участі членів сімей ветеранів.
5. *Маршрут «Етносвіт» для внутрішньо переміщених осіб*

Аналіз факторів впливу на формування маршрутів соціального туризму показав, що внутрішньо переміщені особи (ВПО) потребують особливої уваги.

Для них розробляємо культурно-пізнавальний маршрут «Етносвіт», спрямований на ознайомлення з культурою різних регіонів України та сприяння інтеграції в нових громадах.

Тривалість маршруту: 6 днів

Цільова аудиторія: внутрішньо переміщені особи та їхні родини.

Опис маршруту:

День 1-2: Чернівці

- Прибуття до Чернівців, розміщення в хостелі «Буковина»
- Екскурсія до Чернівецького національного університету
- Відвідування етнографічного музею
- Майстер-клас з виготовлення традиційних буковинських сувенірів

День 3-4: Коломия – Яремче

- Переїзд до Коломиї
- Відвідування музею писанки
- Переїзд до Яремче
- Розміщення в готелі «Карпати»
- Екскурсія до водоспаду Пробій

- Відвідування сувенірного ринку
- День 5-6: Косів – Івано-Франківськ
- Переїзд до Косова
 - Відвідування Косівського ринку народних промислів
 - Майстер-клас з ткацтва
 - Переїзд до Івано-Франківська
 - Екскурсія містом
 - Тренінг з соціальної адаптації та працевлаштування
 - Повернення додому

Особливості маршруту:

1. Акцент на культурному різноманітті України.
2. Включення практичних майстер-класів з народних ремесел.
3. Організація зустрічей з представниками місцевих громад.
4. Проведення тренінгів з соціальної адаптації.
5. Економічно доступне розміщення та харчування.

Розроблені маршрути соціального туризму враховують специфічні потреби різних соціально вразливих груп населення та спрямовані на вирішення конкретних соціальних проблем. Важливим аспектом є їхня економічна доступність при збереженні належної якості послуг, що буде розглянуто в наступному підрозділі.

3.2. Економічне обґрунтування запропонованих маршрутів

Для успішної реалізації запропонованих маршрутів соціального туризму необхідно провести їх детальне економічне обґрунтування. Як показав аналіз у підрозділі 2.2, однією з головних проблем розвитку соціального туризму в Україні є обмежене фінансування та висока вартість туристичних послуг для соціально вразливих груп населення. Розглянемо економічні аспекти кожного з розроблених маршрутів та запропонуємо механізми їх фінансування.

1. *Розрахунок вартості маршруту «Доступна Україна» для людей з*

інвалідністю

Для економічного обґрунтування маршруту «Доступна Україна» проведемо детальний розрахунок витрат на одного учасника та на групу з 10 осіб (враховуючи супроводжувачих). Результати представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок вартості маршруту «Доступна Україна» (на групу 10 осіб, 7 днів)

<i>Стаття витрат</i>	<i>Витрати на 1 особу, грн</i>	<i>Витрати на групу, грн</i>
Транспортне обслуговування	3500	35000
Проживання в адаптованих номерах (6 ночей)	7200	72000
Харчування (3 рази)	4200	42000
Екскурсійне обслуговування	2100	21000
Медичний супровід	1000	10000
Страховання	800	8000
Організаційні витрати	1500	15000
Загальна вартість	20300	203000
Ринкова вартість (з урахуванням 20% прибутку)	24360	243600

Як бачимо, ринкова вартість маршруту для одного учасника становить 24 360 грн, що є досить високою для людей з інвалідністю, які часто мають обмежені фінансові можливості. Для зниження вартості пропонуємо наступну схему фінансування:

1. Державне фінансування – 50% від вартості (12 180 грн на особу) через програми соціального захисту населення.

2. Гранти міжнародних організацій – 30% від вартості (7 308 грн на особу).

3. Внески учасників – 10% від вартості (2 436 грн на особу).

4. Спонсорська допомога бізнесу – 10% від вартості (2 436 грн на особу).

Така схема фінансування дозволить зробити маршрут доступним для цільової аудиторії при збереженні його якості та рентабельності для

туристичних організацій.

2. Розрахунок вартості маршруту «Юні дослідники» для дітей із малозабезпечених сімей та дітей-сиріт

Для економічного обґрунтування маршруту «Юні дослідники» розрахуємо вартість для групи з 20 дітей та 2 супроводжуючих дорослих (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості маршруту «Юні дослідники» (на групу 22 особи, 5 днів)

<i>Стаття витрат</i>	<i>Витрати на 1 дитину, грн</i>	<i>Витрати на групу, грн</i>
Транспортне обслуговування	800	17600
Проживання в хостелі (4 ночі)	1600	35200
Харчування (3 рази)	1500	33000
Екскурсійне обслуговування	1200	26400
Майстер-класи	900	19800
Страховання	400	8800
Організаційні витрати	600	13200
Загальна вартість	7000	154000
Ринкова вартість (з урахуванням 15% прибутку)	8050	177100

Маршрут «Юні дослідники» має нижчу вартість порівняно з попереднім маршрутом, але все одно може бути недоступним для дітей із малозабезпечених сімей та дитячих будинків. Пропонуємо наступну схему фінансування:

1. Державне фінансування – 70% від вартості (5 635 грн на дитину) через програми підтримки дітей-сиріт та дітей із малозабезпечених сімей.
2. Грантові кошти – 20% від вартості (1 610 грн на дитину).
3. Благодійні внески – 10% від вартості (805 грн на дитину).

Для дітей-сиріт маршрут має бути повністю безкоштовним за рахунок державного фінансування та благодійної допомоги.

3. Розрахунок вартості маршруту «Активне довголіття» для пенсіонерів

Для економічного обґрунтування маршруту «Активне довголіття» розрахуємо вартість для групи з 15 пенсіонерів (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Розрахунок вартості маршруту «Активне довголіття» (на групу 15 осіб, 10 днів)

Стаття витрат	Витрати на 1 особу, грн	Витрати на групу, грн
Транспортне обслуговування	2000	30000
Проживання в санаторіях (9 ночей)	9000	135000
Харчування (3 рази)	6000	90000
Лікувальні процедури	5000	75000
Екскурсійне обслуговування	1800	27000
Медичний супровід	1200	18000
Страховання	900	13500
Організаційні витрати	1100	16500
Загальна вартість	27000	405000
Ринкова вартість (з урахуванням 15% прибутку)	31050	465750

Маршрут «Активне довголіття» має досить високу вартість через тривалість програми та включення лікувальних процедур. Для забезпечення доступності цього маршруту для пенсіонерів пропонуємо наступну схему фінансування:

1. Державне фінансування – 40% від вартості (12 420 грн на особу) через фонди соціального страхування.
2. Пільгові путівки від профспілок – 30% від вартості (9 315 грн на особу).
3. Внески учасників – 20% від вартості (6 210 грн на особу).
4. Спонсорська допомога – 10% від вартості (3 105 грн на особу).

Також доцільно запровадити систему знижок для пенсіонерів з

особливими заслугами (ветерани праці, заслужені працівники різних галузей) та для подружніх пар.

4. Розрахунок вартості маршруту «Військовий відпочинок» для ветеранів АТО/ООС

Для економічного обґрунтування маршруту «Військовий відпочинок» розрахуємо вартість для групи з 12 ветеранів АТО/ООС та членів їхніх сімей (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Розрахунок вартості маршруту «Військовий відпочинок» (на групу 12 осіб, 8 днів)

Стаття витрат	Витрати на 1 особу, грн	Витрати на групу, грн
Транспортне обслуговування	1800	21600
Проживання (7 ночей)	5600	67200
Харчування (3 рази)	4000	48000
Екскурсійне обслуговування	1600	19200
Психологічна реабілітація	3000	36000
Страховання	700	8400
Організаційні витрати	1300	15600
Загальна вартість	18000	216000
Ринкова вартість (з урахуванням 15% прибутку)	20700	248400

Враховуючи особливий статус ветеранів АТО/ООС та необхідність їхньої психологічної реабілітації, пропонуємо наступну схему фінансування:

1. Державне фінансування – 60% від вартості (12 420 грн на особу) через Міністерство у справах ветеранів та Міністерство соціальної політики.

2. Грантові кошти – 30% від вартості (6 210 грн на особу).

3. Внески учасників – 10% від вартості (2 070 грн на особу).

Для ветеранів з інвалідністю внаслідок бойових дій маршрут має бути повністю безкоштовним за рахунок державного фінансування та благодійних внесків громадських організацій.

5. Розрахунок вартості маршруту «Етносвіт» для внутрішньо

переміщених осіб

Для економічного обґрунтування маршруту «Етносвіт» розрахуємо вартість для групи з 18 внутрішньо переміщених осіб (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

Розрахунок вартості маршруту «Етносвіт» (на групу 18 осіб, 6 днів)

<i>Стаття витрат</i>	<i>Витрати на 1 особу, грн</i>	<i>Витрати на групу, грн</i>
Транспортне обслуговування	1500	27000
Проживання (5 ночей)	3500	63000
Харчування (3 рази)	3000	54000
Екскурсійне обслуговування	1200	21600
Майстер-класи	800	14400
Тренінги для соціальної адаптації	900	16200
Страхування	600	10800
Організаційні витрати	1000	18000
Загальна вартість	12500	225000
Ринкова вартість (з урахуванням 15% прибутку)	14375	258750

Для забезпечення доступності маршруту «Етносвіт» для внутрішньо переміщених осіб пропонуємо наступну схему фінансування:

1. Державне фінансування – 50% від вартості (7 187,50 грн на особу) через Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій.
2. Міжнародна донорська допомога – 40% від вартості (5 750 грн на особу).
3. Внески учасників – 10% від вартості (1 437,50 грн на особу).

Для малозабезпечених сімей ВПО можливе повне звільнення від оплати частки учасника.

6. Джерела фінансування та механізми реалізації запропонованих маршрутів

Виходячи з проведених розрахунків, можна зробити висновок, що вартість розроблених маршрутів соціального туризму є досить високою для цільової аудиторії. Тому для їх успішної реалізації необхідно залучати різні

джерела фінансування та застосовувати комплексний підхід. На основі аналізу, проведеного в підрозділі 2.2, пропонуємо наступні механізми фінансування та реалізації:

1. Державне фінансування: цільові програми соціального захисту населення; програми розвитку туризму на державному та регіональному рівнях; програми підтримки осіб з інвалідністю, ветеранів, дітей-сиріт; субсидії для туристичних організацій, що реалізують соціальні тури.

2. Грантове фінансування: гранти міжнародних донорських організацій; програми транскордонного співробітництва; гранти від приватних благодійних фондів.

3. Партнерство з бізнесом: залучення туристичних об'єктів на пільгових умовах; спонсорська допомога від великих компаній в рамках корпоративної соціальної відповідальності; партнерство з транспортними компаніями для зниження вартості перевезень.

4. Громадські ініціативи: залучення волонтерів для супроводу груп; краудфандингові платформи для збору коштів; співпраця з громадськими організаціями.

Для кожного із запропонованих маршрутів можна розробити індивідуальну схему фінансування з різним співвідношенням джерел, залежно від цільової аудиторії та особливостей маршруту.

Таблиця 3.6

**Розподіл джерел фінансування для запропонованих маршрутів
соціального туризму**

<i>Маршрут</i>	<i>Державне фінансування, %</i>	<i>Гранти, донорська допомога, %</i>	<i>Внески учасників, %</i>	<i>Спонсорська/ благодійна допомога, %</i>
«Доступна Україна»	50	30	10	10
«Юні дослідники»	70	20	0	10
«Активне довголіття»	40	30	20	10
«Військовий відпочинок»	60	30	10	0
«Етносвіт»	50	40	10	0

В таблиці 3.6 представлено узагальнену інформацію про розподіл джерел фінансування для кожного з розроблених маршрутів.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження теоретичних засад формування маршрутів соціального туризму та практичних аспектів їх реалізації на українському ринку було досягнуто поставленої мети та вирішено визначені завдання, що дозволяє сформулювати наступні висновки та пропозиції:

1. На основі аналізу наукових джерел було визначено, що соціальний туризм є важливою складовою туристичної галузі, спрямованою на забезпечення доступності туристичних послуг для соціально вразливих груп населення. Він виконує не лише рекреаційну функцію, але й сприяє соціальній інтеграції, підвищенню якості життя та культурному розвитку населення з обмеженими можливостями подорожування. Ключовими принципами соціального туризму є доступність, інклюзивність та соціальна відповідальність.

2. Дослідження показало, що маршрути соціального туризму відіграють вагомую роль у просуванні туристичного продукту, оскільки дозволяють розширити цільову аудиторію, сформувати позитивний імідж туристичних дестинацій та організацій, а також сприяють зниженню сезонності в туристичній галузі. Маршрути соціального туризму часто стають інструментом розвитку менш популярних дестинацій та об'єктів, забезпечуючи їх додатковими туристичними потоками.

3. Аналіз методичних підходів до формування маршрутів соціального туризму на макрорівні засвідчив необхідність комплексного врахування економічних, соціальних, інфраструктурних та організаційних чинників. Ефективна методика формування маршрутів має базуватися на аналізі потреб цільових груп, оцінці туристичного потенціалу територій, а також враховувати можливості співфінансування з різних джерел, включаючи державні програми, благодійні фонди та соціально відповідальний бізнес.

4. Моніторинг існуючих маршрутів соціального туризму на українському ринку виявив недостатнє їх різноманіття та нерівномірність

територіального розподілу. Найбільша концентрація таких маршрутів спостерігається в столичному регіоні та великих туристичних центрах, тоді як периферійні регіони залишаються недостатньо задіяними в системі соціального туризму. Водночас позитивною тенденцією є поступове збільшення кількості маршрутів, адаптованих для людей з інвалідністю та осіб похилого віку.

5. Аналіз діяльності туристичних організацій щодо формування, просування та реалізації соціального туристичного продукту показав, що лише невелика частка суб'єктів туристичного ринку активно працює в цьому напрямі. Основними перешкодами є низька економічна привабливість, брак спеціалізованих знань та навичок персоналу, а також недостатня державна підтримка. Водночас організації, які впроваджують програми соціального туризму, відзначають їх позитивний вплив на формування соціально відповідального іміджу та розширення клієнтської бази.

6. Дослідження факторів, що впливають на формування маршрутів соціального туризму, дозволило виявити найбільш значущі чинники, серед яких: наявність державних програм підтримки, доступність об'єктів туристичної інфраструктури для людей з особливими потребами, цінова політика суб'єктів туристичного ринку, а також рівень поінформованості цільових груп про можливості соціального туризму. Особливого значення набувають фактори, пов'язані з технологічним розвитком та цифровізацією туристичних послуг.

7. У межах дослідження було розроблено нові маршрути соціального туризму, орієнтовані на різні категорії соціально вразливих груп населення. Запропоновані маршрути охоплюють різні регіони України та включають об'єкти природної та культурної спадщини, що мають високий потенціал для розвитку соціального туризму. Особливу увагу приділено питанням доступності, безпеки та інформаційного супроводу туристів.

8. Економічне обґрунтування запропонованих маршрутів підтвердило їх фінансову життєздатність за умови залучення різних джерел фінансування та ефективної організації туристичних потоків. Розраховані показники

економічної ефективності засвідчили можливість забезпечення беззбитковості соціальних туристичних продуктів при одночасному збереженні їх доступності для цільових груп споживачів.

На основі проведеного дослідження сформульовано наступні пропозиції щодо вдосконалення формування маршрутів соціального туризму в Україні:

1. Запровадити комплексну державну програму розвитку соціального туризму, яка передбачатиме механізми фінансової підтримки туристичних організацій, що розробляють та реалізують соціальні туристичні продукти. Програма має включати систему податкових пільг, субсидування частини витрат на формування маршрутів та гранти для інноваційних проєктів у сфері соціального туризму.

2. Сформувати спеціалізований інформаційний ресурс, що міститиме повну та актуальну інформацію про наявні маршрути соціального туризму в Україні, умови їх використання, рівень доступності для різних груп споживачів та можливості отримання пільг. Такий ресурс сприятиме підвищенню поінформованості цільових груп та спростить процес вибору та бронювання турів.

3. Запровадити програми навчання та підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі з питань організації соціального туризму, що дозволить підвищити якість обслуговування та врахувати специфічні потреби різних категорій споживачів. Особливу увагу слід приділити підготовці персоналу для роботи з людьми з інвалідністю.

4. Розвивати державно-приватне партнерство у сфері соціального туризму шляхом створення координаційних рад за участю представників органів влади, туристичних організацій, громадських об'єднань та благодійних фондів. Такі структури забезпечуватимуть узгодження інтересів різних стейкхолдерів та координацію зусиль з розвитку соціального туризму.

5. Впровадити систему сертифікації та стандартизації послуг соціального туризму, що дозволить забезпечити належний рівень якості та безпеки туристичних маршрутів для вразливих категорій населення. Система має

включати критерії доступності, інклюзивності та адаптованості туристичних об'єктів та послуг.

6. Активізувати міжнародне співробітництво у сфері соціального туризму шляхом приєднання до міжнародних організацій та програм, обміну досвідом та кращими практиками, а також залучення іноземних інвестицій для розвитку соціально орієнтованої туристичної інфраструктури.

7. Розробити та впровадити систему моніторингу та оцінки ефективності маршрутів соціального туризму, що передбачатиме збір та аналіз даних про обсяги туристичних потоків, рівень задоволеності споживачів, соціальний та економічний вплив туристичної діяльності. Результати такого моніторингу стануть основою для коригування та вдосконалення маршрутів.

8. Сприяти розвитку соціального підприємництва у сфері туризму шляхом надання консультаційної, методичної та організаційної підтримки ініціативам, спрямованим на створення та просування доступних туристичних продуктів. Особливу увагу слід приділити проектам, що передбачають залучення до туристичної діяльності представників місцевих громад та соціально вразливих груп населення.

Реалізація запропонованих рекомендацій сприятиме розширенню мережі маршрутів соціального туризму в Україні, підвищенню їх якості та доступності, що в кінцевому підсумку забезпечить більш повну реалізацію соціальної функції туризму та сприятиме формуванню інклюзивного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алешугіна Н.О., Зеленська О.О., Філоненко І.М. Сучасний стан та характеристика природно-антропогенних рекреаційно-туристичних ресурсів України. Науковий вісник Чернігівського національного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2023. №2(14). С. 96-105.
2. Бейдик О., Топалова О. Адаптивний туризм: європейський та національний досвід. Київ, 2023. 156 с.
3. Гапоненко Г.І., Парфіненко А.Ю., Шамара І.М. Концепція сталого розвитку туризму повоєнної України як пріоритетний напрям комплексного відновлення галузі. Інноваційний розвиток туристичної галузі: колективна монографія. Рига: Baltija Publishing, 2023. С. 144-165.
4. Грищенко С. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. Економіка та суспільство. 2023. №52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
5. Давидова А.Г., Курочкін М.Ю., Капустін С.А. Реабілітація важкохворої дитини: медико-соціальні аспекти. Соціально-етичні та деонтологічні проблеми сучасної медицини (немедичні проблеми в медицині): зб. матеріалів VI міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 20-21 лют. 2025 р.). Запоріжжя: ЗДМФУ, 2025. С. 85-86.
6. Добрянська Н.А., Лебедева В.В., Крупіца І.В., Черноусова С.С. Аналіз ресурсного забезпечення оздоровчо-лікувальних туристичних дестинацій для дітей в умовах нестабільної геополітичної ситуації. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. №7(4). С. 134-139.
7. Дудник І.М., Колотуха О.В., Сайчук В.С., Борисюк О.А., Фокін С.П., Беркова О.П., Мархонос С.М. Методологія туризмознавства: географічні аспекти: монографія. Київ: Національний авіаційний університет, 2023. 284 с.
8. Загірняк М.В., Поясок Т.Б., Беспарточна О.І., Білик М.Ю., Білоус Р.М. та ін. Технології підтримки психологічної безпеки освітнього середовища в кризових умовах і повоєнний час: колективна монографія / за ред. М.В.

Загірняка. Кременчук: КрНУ імені Михайла Остроградського, 2024. 368 с.

9. Заваріка Г.М., Ткачова О.С. Туризм як спосіб допомоги дітям під час війни. Інноваційні технології розвитку туризму: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Сєверодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2022. С. 70-72.

10. Казаков В.Ф., Мальська М.П., Парфіненко А.Ю., Стафійчук В.І., Рутинський М.О., Сухов Р.І., Федякін О.О., Фоменко Н.В. Співвідношення подорожуючих туристів. Збірник студентських наукових праць. 2023. №57. С. 112-120.

11. Коваль О.Д. Концептуальні засади розвитку туристичної індустрії в умовах трансформації соціально-економічної системи України. Актуальні проблеми економіки. 2024. № 6 (276). С. 45-52.

12. Колісниченко Г.І., Парфіненко А.Ю., Волкова І.І., Щербина В.І., Холявка В.З., Лешко Х.С., Мочульська О.М. Сучасний стан оздоровчого туризму в Україні. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2022. Вип. 15. С. 183-192.

13. Кравців В.С., Жук П.В. Оцінка конкурентоспроможності туристично-рекреаційної сфери регіонів України. Economy of Ukraine. 2023. №66(7). С. 42-57.

14. Малюга Л.Ю. Захист прав військовослужбовців в Україні в умовах воєнного стану. Право і суспільство. 2023. №6. С. 150-159.

15. Мороз С.Р., Голод А.П., Бордун О.В. Підходи до формування та реалізації модернізаційної парадигми розвитку санаторно-курортного господарства регіону. Причорноморські економічні студії. 2020. №59. С. 31-35.

16. 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.

17. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні : Закон України від 21.03.1991 р. № 875-ХІІ зі змінами від 01.01.2023 р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12> (дата звернення: 10.04.2025).

18. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 12.04.2025).

19. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР зі змінами від 03.05.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 10.04.2025).

20. Прокопишин-Рашкевич Л.М., Шадурська Б.О., Петрович Й.М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки управління. 2020. Т. 4. №1. С. 72-82.

21. Скляр Г.П., Дробиш Л.В., Тараненко О.О., Логвин М.М., Шуканов П.В. Феномен дозвіллевої діяльності: туризмологічний дискурс. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2023. №2. С. 60-64.

22. Скутар Т.Д. Крафтові тури як форма солідарного туризму. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Львів: ЛТЕУ, 2023. С. 129-131.

23. Уліганець С., Мельник Л., Шинкаренко У. Безбар'єрний туризм як засіб фізичної рекреації для людей з інвалідністю на прикладі розробленого активного туру «Підкорення стихій». Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія. 2022. Вип. 82(1). С. 64-70.

24. Устименко Л.М., Крупа І.П. Національні культурні маршрути як чинник розвитку самобутніх туристичних дестинацій. Питання культурології. 2021. №38. С. 222-230.

25. Феленчак Ю.Б., Графська О.І., Крижанівський Т.Я., Базюк М.Б. Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку туристичних

дестинацій в умовах глобальної нестабільності. Міжнародний науковий журнал Інтернаука. Серія: Економічні науки. 2022. №7. С. 42-47.

26. Чепурда Г.М., Беляєва С.С., Бишовець Л.Г., Бондарчук З.В., Герман І.В., Данилюк А.М., Івашина Л.Л., Корнілова Н.В., Куракін О.Б. та ін. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні: колективна монографія / за ред. Г.М. Чепурди. Черкаси: ЧДТУ, 2022. 312 с.

27. Черниш І.В. Обґрунтування принципів і функцій антикризової політики держави у туристичній галузі. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2023. №1(81). С. 70-79.

28. European Commission. Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services in Europe. Final Report. 2022.

29. The International Social Tourism Organisation (ISTO). Social Tourism: International Perspectives.

30. Minnaert L. Designing and delivering inclusive heritage tours. Good practices for engaging socially excluded audiences. *Turyzm/Tourism*. 2025. №31(1). P. 27-38.

31. UNWTO Tourism Highlights, 2023 Edition.

32. World Travel & Tourism Council. Global Economic Impact & Trends 2023.

ДОДАТКИ

Додаток А



Міністерство освіти і науки України
 Національний університет біоресурсів
 і природокористування України
 Харківський національний економічний університет імені
 Семена Кузнеця
 Національний університет харчових технологій
 Таврійський державний агротехнологічний університет
 імені Дмитра Моторного
 Полтавський фаховий коледж підприємництва
 і ресторанного бізнесу
 Київський фаховий коледж туризму та готельного
 господарства

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

Всеукраїнська
 науково-практична студентська
 конференція

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

12 березня 2025 року



Київ - 2025

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ТУРИЗМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	14
АРЗАНОВ Дмитро. ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТИЧНИХ ГРУП	14
БЕЛОВА Анастасія. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	17
БОЧКОВСЬКА Дар'я, ТИЩЕНКО Світлана. РОЛЬ ТУРОПЕРАТОРІВ ТА ТУРАГЕНТІВ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	19
ВАКАРАШ Олена. РОЛЬ МОРСЬКИХ ПОРТІВ У РОЗВИТКУ КРУЇЗНОЇ ІНДУСТРІЇ	21
ВЕРНИГОРА Катерина. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	23
ВОЗНЮК Ольга. КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОБГРУНТУВАННЯ СІЛЬСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ ОСЕЛІ	25
ВОЙНА Іван. НАЙКРАЦІ КОРОТКІ ПОДОРОЖІ: ТУРИЗМ ВИХІДНОГО ДНЯ	27
ВОЛИНКІНА Юлія. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	29
ГОЛОВНЮК Назар, ТИЩЕНКО Світлана. ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	31
ГОРНОСТАЙ Микита. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТУРИСТІВ В УКРАЇНУ	33
ГРИГОРЧИК Олександра. СМАРТ-ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	35
ГРИШКО Валерія. БРЕНД ЛОКАЛЬНИХ ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ: УНІКАЛЬНІСТЬ, ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ	37
ГРИШКО Владислава. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	39
ДЯЧЕНКО Мирослава. САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	41
ЄМЕЦЬ Андрій. БЕЗПЕКА НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ: СУЧАСНІ СТАНДАРТИ ТА ВИКЛИКИ	43