

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр Российской академии наук»

На правах рукописи



Горбатова Алёна Алексеевна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ
РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ТУРИЗМА**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
рекреация и туризм

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:

доктор экономических наук, профессор
Чуваткин Петр Петрович

Сочи – 2022

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретические основы развития социального туризма.....	13
1.1 Социально-экономическое значение туризма.....	13
1.2 Ретроспективный подход к развитию социального туризма в России.....	29
1.3 Исследование особенностей развития социального туризма за рубежом	47
Глава 2 Организационно-экономическое обеспечение развития социального туризма в России.....	66
2.1 Факторы развития социального туризма.....	66
2.2 Исследование организационно-экономических проблем развития социального туризма.....	84
2.3 Оценка социально-экономической эффективности социального туризма...	95
Глава 3 Формирование организационно-экономического механизма развития социального туризма.....	106
3.1 Разработка организационно-экономического механизма развития социального туризма.....	106
3.2 Обоснование стратегических направлений развития социального туризма	121
3.3 Разработка предложений и рекомендаций по обеспечению эффективности развития социального туризма.....	128
Заключение.....	142
Список литературы.....	145
Приложение А Анкета «Преимущества и недостатки системы социального туризма в СССР».....	162
Приложение Б Особенности ваучерной модели социального туризма во Франции, Швейцарии Венгрии, Италии, Румынии.....	163
Приложение В Анкета «Факторы развития социального туризма».....	165

Приложение Г Анкета «Туристская активность населения Краснодарского края».....	166
Приложение Д Анкета «Потребительские особенности различных групп туристов».....	167
Приложение Е Анкета «Структура туристских затрат отдыхающих в г. Сочи».....	168
Приложение Ж Анкета «Социально значимые виды туризма».....	169
Приложение И Справка об использовании результатов диссертационного исследования от Управления по развитию курортов Администрации муниципального образования Туапсинский район.....	170
Приложение К Справка о внедрении результатов от ФГБУН «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской академии наук».....	171
Приложение Л Справка об использовании результатов диссертационного исследования От ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе».....	172

Введение

Актуальность темы исследования. Туристская сфера, обладая значительным потенциалом для ускорения темпов роста экономического развития страны, в настоящее время выполняет также важную социальную функцию, реализуемую через удовлетворение потребности населения в отдыхе, социализации, оздоровлении. Рекреационная активность туристов приводит к снижению показателей заболеваемости и смертности, что играет значительную роль в обеспечении стабильного развития экономики. Способствуя духовно-нравственному, историко-культурному, творческому и интеллектуальному развитию личности, туристская деятельность закладывает основы устойчивого развития нации, а проявление мультипликативного эффекта для экономики способствует росту доходов и занятости населения во множестве смежных отраслей.

Максимизация положительного воздействия туризма на социально-экономическое развитие страны возможна лишь при условии обеспечения высокого уровня доступности разнообразных и качественных туристских услуг для всех категорий населения, включая социально уязвимые и экономически активные группы граждан. Современные тенденции усиления социальной роли туризма актуализируют проблему ограниченного доступа к туристским услугам таких социальных групп, как пожилые люди, молодёжь, лица с инвалидностью, семьи с низким уровнем дохода, составляющих значительную долю населения страны. По состоянию на 2021 год в России проживало 36903 тыс. пенсионеров, 25888 тыс. детей до 15 лет, 35053 тыс. молодых людей в возрасте от 15 до 35 лет¹, а также 10796 тыс. лиц с ограниченными возможностями здоровья². Обеспечение доступности туристских услуг в России реализуется посредством развития

¹ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 26.02.2022)

² Численность инвалидов по возрастным группам в разрезе субъектов РФ // Пенсионный Фонд Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://sfri.ru/analitika/chislennost/chislennost/chislennost-po-vozzrastu?territory=undefined> (дата обращения: 28.02.2022)

социального туризма, определение которого в последний раз актуализировалось законодательством еще в 2004 году. Эффективному функционированию системы социального туризма препятствуют такие факторы, как несовершенство нормативно-правовой базы, разрозненность и несогласованность действий управленческих структур, несбалансированность интересов участников, отсутствие эффективного механизма предоставления льготных туристских услуг и высокий уровень транзакционных издержек.

Россия располагает колоссальным историческим опытом развития социального туризма, который в советский период приобрёл массовый характер и способствовал увеличению объема внутреннего туристского потока. Аккумуляция положительных отечественных практик и передового опыта зарубежных государств, десятилетиями тестирующих разнообразные модели развития доступного туризма, и их адаптация к современным российским условиям позволит сформировать эффективный организационно-экономический механизм развития социального туризма.

На государственном уровне развитие социального туризма будет способствовать достижению общенациональных целей, определённых Президентом России в 2020 году: «сохранение населения, здоровье и благополучие людей», «возможности для самореализации и развития талантов», а также «достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство»³. Признаваемая государством необходимость обеспечения высокого уровня доступности туристских услуг согласуется с принятыми Генеральной Ассамблеей ООН целями устойчивого развития, включая содействие благополучию для всех в любом возрасте, а также с целями национальных проектов Российской Федерации, направленных, в том числе, на развитие внутреннего туризма.

Степень разработанности проблемы. Концепция социального туризма после распада СССР долгое время не могла найти опору в виде теоретических трудов ученых-экономистов. Первые системно изложенные работы в этом направлении относятся к концу первого и началу второго десятилетия XXI века.

³ Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2020/07/22/ukaz-dok.html> (дата обращения: 06.01.2022 г.).

Различные аспекты функционирования системы социального туризма рассматривали и, тем самым, заложили основы изучения этого явления такие российские ученые, как Ю.С. Путрик, А.А. Бадин, О.Н. Дьяченко, И.С. Кабиров, В.П. Сергеев, К.Г. Яковлева, А.Н. Косых, А.А. Московская, Г.В. Палаткина. Работы последних лет в данной области представлены такими авторами, как Л.И. Донскова, Е.А. Назарбаева, С.А. Кузнецов, Е.И. Иванов, П.П. Чуваткин, Е.Н. Трофимов.

В структуре зарубежных исследований выделяется два направления, связанные с анализом социального туризма как составляющей части устойчивого туризма. Одно из них ориентировано на повышение доступности туристских услуг для отдельных категорий потребителей и их социальной интеграции; вторая же группа научных трудов нацелена на исследование вопросов развития туристских дестинаций за счёт стимулирования диверсификации местной экономики, создания новых рабочих мест, улучшения местной инфраструктуры (в том числе формирование безбарьерной среды для лиц с ограниченными возможностями), поддержки местных товаропроизводителей. Для предметной области диссертационного исследования особое значение имеют работы Дж. Миллера, Р. Майтленда, Л. Миннаерта, Н. Моргана, А. Притчарда, Д. Седжли, Дж. Феррера, М. Санза, Э.В. Ферандиса, раскрывающие характеристики моделей социального туризма в европейских странах и их использование для удовлетворения лечебно-оздоровительных и культурно-образовательных потребностей населения.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных вопросам социального туризма, многие аспекты организационно-экономического обеспечения его развития остаются незатронутыми, что препятствует формированию целостных научно-методических основ развития исследуемого направления туризма.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка организационно-экономического механизма развития социального туризма.

Исходя из поставленной цели, были сформулированы следующие задачи:

- раскрыть сущностное содержание понятия «социальный туризм» в современных социально-экономических условиях развития экономики;
- проанализировать основные показатели, характеризующие доступность социальных туристских услуг в России;
- определить и систематизировать факторы развития социального туризма;
- разработать организационно-экономический механизм развития социального туризма;
- обосновать стратегические направления обеспечения эффективности развития социального туризма.

Объектом исследования выступают предприятия, организации и органы управления сферы социального туризма.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, возникающие в процессе развития социального туризма.

Соответствие диссертации паспорту специальности. Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм: п. 15.2 «Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местном уровнях»; п. 15.16 «Развитие различных видов рекреационной и туристской деятельности на региональных, национальных и мировых рынках; факторы развития внутреннего, въездного и выездного туризма».

Научная новизна полученных результатов. К числу наиболее значимых результатов, определяющих новизну проведенного исследования, можно отнести следующие:

- раскрыто сущностное содержание понятия «социальный туризм» через призму развития социальной ориентированности туризма, характеризующую интеграцию интересов личности, государства и общества путем удовлетворения потребностей в туристских услугах с целью оздоровления, образования,

воспитания, независимо от социального статуса и материального благополучия потребителей, в обеспечении доступности туристских услуг для всех слоёв населения с учётом социальной ответственности государства и бизнеса;

– определены и систематизированы факторы развития социального туризма, которые, будучи типологизированы на экономические, социально-демографические, материально-технические, политические, транзакционные факторы, позволяют осуществить выявление наиболее значимых факторов, влияющих на обеспечение доступности туристских услуг, а также определить зонирование доходов и приоритетных направлений расходов граждан при появлении дополнительных финансовых средств, обосновать направления повышения качества досуговой деятельности;

– разработан организационно-экономический механизм развития социального туризма, базирующийся на скоординированности действий органов управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с использованием совокупности организационных, экономических и институциональных методов управления, включая нормативно-правовое обеспечение социально ориентированного туризма, дискриминационное ценообразование на социально значимые туристские услуги, государственную поддержку туристских предприятий, оказывающих социально значимые туристские услуги;

– разработаны и обоснованы стратегические направления обеспечения эффективности развития социального туризма, основывающиеся на введении ваучерной системы предоставления социально ориентированных туристских услуг на льготной основе с использованием подхода к софинансированию и адресности посредством использования ваучеров в качестве средства оплаты; использовании единой цифровой платформы в предоставлении социально значимых туристских услуг, создании специализированных туристских продуктов с учётом специфических требований к их составу у отдельных групп потребителей.

Теоретическая значимость результатов исследования определяется актуальностью поставленных в ходе диссертационного исследования задач и заключается в развитии теоретических основ социального туризма на основе раскрытия сущностного содержания социального туризма через призму развития концептуальных положений социальной ориентированности туризма; систематизации факторов развития социального туризма, которые позволяют осуществить выявление наиболее значимых факторов, влияющих на обеспечение доступности туристских услуг, а также определить зонирование доходов и приоритетных направлений расходов граждан при появлении дополнительных финансовых средств, обосновать направления повышения качества досуговой деятельности;

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности использования результатов исследования предприятиями и организациями сфер туризма, государственными, региональными и муниципальными органами власти с целью повышения доступности туристских услуг в части применения разработанного организационно-экономического механизма развития социального туризма; реализации стратегических направлений обеспечения эффективности развития социального туризма, включая введение ваучерной системы предоставления социально ориентированных туристских услуг на льготной основе с использованием подхода к софинансированию и адресности посредством использования ваучеров в качестве средства оплаты; использовании единой цифровой платформы в предоставлении социально значимых туристских услуг, создании специализированных туристских продуктов с учётом специфических требований к их составу у отдельных групп потребителей.

Методология и методы исследования. В основе методологии диссертационного исследования лежит системный подход, позволяющий достичь поставленной цели путём всестороннего и целостного рассмотрения объекта исследования как системы взаимосвязанных элементов. В исследовании использованы методы эмпирического и теоретического исследования, в том числе

методы экономико-организационного моделирования, системного, сравнительного статистического и финансово-экономического анализа, социологические методы.

Информационную базу исследования составили данные Федеральной службы государственной статистики РФ, статистической службы Европейского союза, Федерального агентства по туризму, законодательные и подзаконные правовые акты в области туристической деятельности и социальной политики, справочные и аналитические материалы международных и отечественных общественных организаций социального туризма, Интернет-ресурсы, информационно-аналитические материалы предприятий туристской направленности.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Исследование теоретических основ развития социального туризма в современных социально-экономических условиях развития экономики позволило раскрыть сущностное содержание понятия «социальный туризм» через призму развития социальной ориентированности туризма. Социально ориентированный туризм характеризуется интеграцией интересов личности, государства и общества путем удовлетворения потребностей в туристских услугах с целью оздоровления, образования, воспитания, независимо от социального статуса и материального благополучия потребителей, в обеспечении доступности туристских услуг для всех слоёв населения с учётом социальной ответственности государства и бизнеса.

2. Анализ организационно-экономических предпосылок развития социального туризма позволил определить и систематизировать экономические, социально-демографические, материально-технические, политические, транзакционные факторы, оказывающих влияние на обеспечение доступности социально значимых туристских услуг. Проранжированные факторы в каждом из представленных типов факторов позволяют определить зонирование доходов и приоритетных направлений расходов граждан при появлении дополнительных

финансовых средств, обосновать направления повышения качества досуговой деятельности.

3. Разработанный организационно-экономический механизм развития социального туризма базируется на скоординированности действий органов управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с использованием совокупности организационных, экономических и институциональных методов управления. Действие организационно-экономического механизма развития социального туризма предусматривает нормативно-правовое обеспечение социально ориентированного туризма, дискриминационное ценообразование на социально значимые туристские услуги, государственную поддержку туристских предприятий, оказывающих социально значимые туристские услуги.

4. Эффективность реализации организационно-экономического механизма развития социального туризма предопределяет разработку стратегических направлений обеспечения эффективности развития социального туризма. Обосновано введение ваучерной системы предоставления социально ориентированных туристских услуг на льготной основе с использованием подхода к софинансированию и адресности посредством использования ваучеров в качестве средства оплаты; использование единой цифровой платформы в предоставлении социально значимых туристских услуг, создание специализированных туристских продуктов с учётом специфических требований к их составу у отдельных групп потребителей.

Степень достоверности и апробация результатов. Достоверность основных положений и выводов исследования подтверждается результатами их апробации на международных, всероссийских научно-практических конференциях: «Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры» (г. Орел, 2020 г.); «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» (г. Челябинск, 2021); «Вопросы управления и экономики: современное состояние актуальных проблем» (г. Москва, 2021 г.) и др.

Материалы и результаты диссертации использованы при выполнении государственного задания «Теоретико-методологические основы формирования пространственного и инновационного развития рекреационно-туристской сферы Российской Федерации» (№0492-2021-0016); гранта Российского фонда фундаментальных исследований №20-310-90011/20 «Исследование организационных и институциональных факторов развития социального туризма в контексте устойчивого социально-экономического развития».

Отдельные результаты диссертации использованы Управлением по развитию курортов Администрации муниципального образования Туапсинский район (справка от 30.03.2022 г. №157/09.1); ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе» (справка от 21.03.2022 г. №46); Федеральным государственным бюджетным учреждением науки «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр» Российской академии наук» (справка от 14.03.2022 г. №24-О).

Публикации. По теме диссертации опубликовано 10 работ общим объемом 5,37 п.л. (в том числе авторских – 4,06 п.л.), из них 5 публикаций (3,29 п.л., в т.ч. авт. – 2,8 п.л.) – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ, 1 статья в научном издании, индексируемом в международной базе данных (0,77 п.л., в т.ч. авт. – 0,37 п.л.) и 4 публикации (1,31 п.л., в т.ч. авт. – 0,89 п.л.) в других изданиях.

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 146 источников, и приложений. Основной текст работы изложен на 144 страницах, включает 34 рисунка, 21 таблицу и 10 приложений.

Глава 1 Теоретические основы развития социального туризма

1.1 Социально-экономическое значение туризма

Одной из текущих тенденций развития мировой экономики является трансформация туризма в крупный межотраслевой комплекс, оказывающий значительное воздействие на экономику стран и регионов, выступающий действенным катализатором общемирового устойчивого социально-экономического развития.

В туристской деятельности прямо или косвенно задействовано большое многообразие участников: средства размещения, питания туристов, туроператоры, турагентства, объекты туристского показа, производители сельскохозяйственной продукции и прочие. Туризм является динамично развивающейся сложной системой, включающей в себя многочисленные взаимозависимые элементы, связи между которыми зачастую имеют нелинейный характер. Межотраслевая форма туристской деятельности порождает многовекторное воздействие туризма на экономику и различные сферы жизнедеятельности общества.

Оценивая вклад туризма в мировую экономику, следует учитывать, что обострение ситуации с распространением в мире коронавирусной инфекции повлекло за собой значительное снижение объёма туристского потока [31, с. 20]. В связи с этим, статистические данные по туристским показателям имеют сильную отрицательную динамику в 2019 – 2021 годах.

По данным Всемирной туристской организации (далее – UNWTO), в 2020 году доля туризма в общем объёме мирового экспорта составила 3 %, тогда как в предыдущие года данный показатель находился на уровне 7 %. Уровень притока международных туристов составил 401 млн человек, что на 73 % ниже уровня 2019 года. Расходы зарубежных туристов составили в 2020 году 533 млрд долл, тогда как в 2019 году – 1466 млрд долл.

Общий вклад туризма в мировой ВВП в 2020 году составил 5,5 % (4,671 млрд. долл.), тогда как в 2019 году данный показатель находился на уровне 10,4 % (9,170 млрд. долл.). В стоимостном выражении в 2020 году наибольший вклад в ВВП принесла туристская отрасль США (1103, 7 млрд. долл.) и Японии (667,2 млрд. долл.). На рисунке 1.1 отражён вклад туризма в ВВП ряда государств в 2019 и 2020 годах.

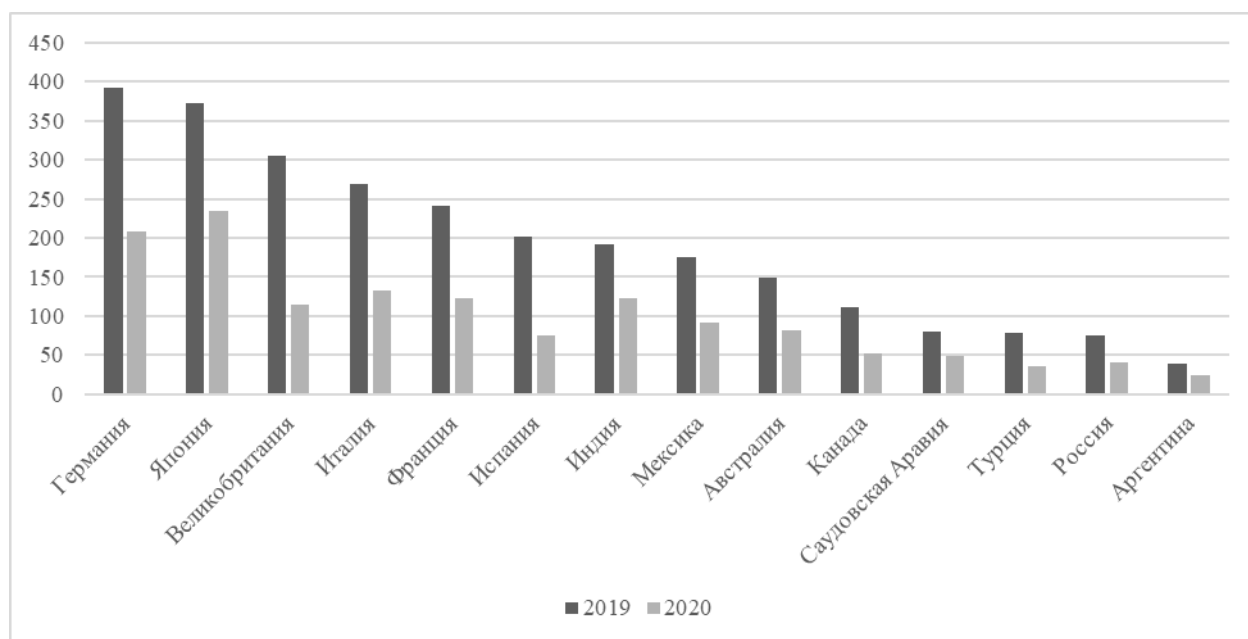


Рисунок 1.1 – Вклад туризма в ВВП государств в 2019-2020 годах, млрд. долл.

Источник: составлено автором на основе [122]

Одним из ключевых показателей, иллюстрирующих влияние туризма на экономическое развитие, является уровень занятости населения в туристской сфере. Не смотря на сложность определения границ производства туристских продуктов, а, следовательно, и оценки уровня занятости в сфере туризма, Всемирный совет по путешествиям и туризму предоставляет следующие статистические данные: на сектор туристических услуг в 2018 г. приходилось 10,4% мирового ВВП и более 319 млн рабочих мест, т.е. 10% от общей занятости. В 2018 году число работников туристской сферы в США составило 5925 тыс. чел., в Филиппинах – 5365 тыс. чел., в Испании – 2606 тыс. чел. На рисунке 1.2 представлена динамика численности работающих в коллективных средствах размещения и туристских фирмах Российской Федерации с 2011 по 2020 гг.

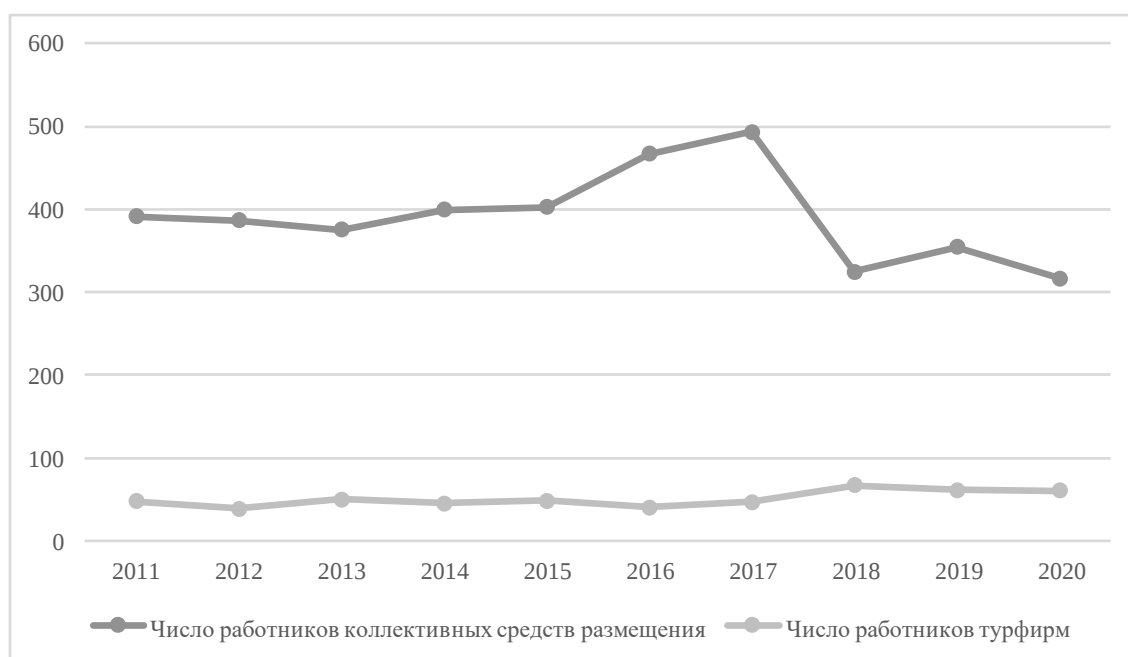


Рисунок 1.2 - Динамика численности работающих в коллективных средствах размещения и туристских фирмах с 2011 по 2020 гг., тыс. чел.

Источник: составлено автором на основе [70, 91]

По данным Росстата доля мужчин и женщин, занятых на основной работе в гостиницах и предприятиях общественного питания в 2018 году составила соответственно 1,4 % и 3,9 % от общей численности занятых граждан в России [95, с. 74-77]. Кроме того, специфика туристской деятельности способствует вовлечению в трудовой процесс ранее незанятого или частично занятого населения, что, в свою очередь, позволяет решать проблему неэффективного использования трудовых ресурсов. Привлечение работников, не обладающих высокой квалификацией, а также трудоустройство сотрудников на неполный рабочий день с возможностью работы по совместительству содействуют снижению уровня безработицы в стране [7].

Обладая существенным мультипликативным эффектом, сфера туризма инициирует создание рабочих мест в смежных отраслях. Международной организацией социального туризма (далее – ISTO) подсчитано, что одно рабочее место в туристской сфере создает около полутора дополнительных или косвенных рабочих мест в областях, связанных с туризмом, например, в сфере транспорта,

производства продуктов питания и напитков, ремесел, сохранения культурных и природных ценностей [13]. В целом, на сектор туризма в мире приходится одно из 11 прямых и косвенных рабочих мест [87, 127].

Экономический рост в сфере туризма опережал рост мирового ВВП в течение последнего десятилетия [128]. Рост был обусловлен уверенным развитием мировой экономики на фоне глобализации рынков, увеличением числа представителей среднего класса, быстрой урбанизацией в странах с развивающейся экономикой, а также доступностью авиаперелетов и упрощением визового режима. Технологические достижения и новые бизнес-модели также способствовали устойчивому развитию туристской отрасли [142].

Для многих развивающихся стран, особенно для малых островных государств, туризм является значимым источником доходов и зачастую основной статьей экспорта, создавая столь необходимые рабочие места и возможности для развития.

Туризм является специфической сферой, где экономическая выгода должна дополняться реализацией присущих туризму социальных задач [16, с. 56]. Во многих странах происходит смещение центра значимости туризма на экономическую составляющую. Высокий уровень развития туризма приводит к максимизации прибыли и увеличению объёма налоговых поступлений [43]. В контексте социального воздействия туризм должен рассматриваться также как средство социализации, укрепления здоровья, повышения культурного уровня населения, духовного развития личности. Социальная сущность туризма раскрывается через его познавательную, оздоровительно-рекреационную, коммуникативную, холистическую, культурно-воспитательную и иные функции [19, с. 48-49].

Особенностью туризма является то, что он выступает не только как средство удовлетворения различных социальных потребностей человека, но и сам по себе является потребностью [35, с. 141]. Всё большее значение для обеспечения нормальной жизнедеятельности человека приобретает удовлетворение потребности в путешествиях, в получении новых впечатлений,

знаний [20, с. 27].

Туристская активность каждой группы потребителей порождает ряд социальных последствий. Так, молодые люди посредством пользования туристским продуктом способны расширить уровень социального взаимодействия за счёт новых знакомств, приобретённых во время путешествия. Кроме того, туризм выполняет для этой группы ряд образовательных функций. Посещая новые места, знакомясь с культурой других стран, молодые туристы расширяют круг своих интересов и повышают интеллектуальный потенциал [138]. Социальный туризм способен развить в молодом человеке чувство независимости, решая тем самым, актуальную для этой категории людей проблему личности.

Говоря о семейном туризме, можно выделить такие преимущества, как повышение уровня самооценки, уверенности в себе, изменение стиля воспитания детей, улучшение внутрисемейных отношений посредством лучшего узнавания друг друга при совместном времяпрепровождении.

Что касается пожилых людей, данная категория больше других подвержена проблеме социальной эксклюзии. Путешествуя в составе группы, пенсионеры знакомятся с другими участниками и поддерживают связь с ними и по окончании поездки. Если пожилой человек путешествует с членами семьи, то туризм помогает сгладить напряжение между старшим и младшим поколением, снизить трение внутри семьи. Для одиноких пенсионеров туризм предоставляет возможность социального взаимодействия с другими членами туристской группы. Пожилые люди часто сталкиваются со страхами одиночества и смерти. Туристские поездки способны отвлечь старшее поколение от негативных мыслей и депрессивных эмоций [78, с. 150].

Оказывая благоприятное воздействие на каждого потребителя, туризм формирует глобальный потенциал для развития наций, обеспечивая повышение уровня жизни, сохранение населения, здоровья и благополучия людей. В связи с этим, приоритетным направлением развития туристской сферы становится повышение доступности туристских услуг для всех категорий потребителей [56].

Необходимость решения данной проблемы признана на международном уровне UNWTO в контексте устойчивого туристского развития [84], а также ISTO. UNWTO в Резолюции, принятой Генеральной Ассамблеей ООН 21 декабря 2020 года, рекомендует государствам использовать устойчивый туризм в качестве инструмента поощрения социального развития и общедоступности туристских услуг, в том числе в рамках инициатив по микрокредитованию в интересах малоимущих, женщин и молодежи, коренных народов, пожилых людей, инвалидов и местного населения во всех районах, включая сельские местности.

ISTO, созданная в 1963 году, признана объединять заинтересованных участников из секторов социального, устойчивого и солидарного туризма со всего мира и продвигать доступный и ответственный туризм. Статья 24 Всеобщей декларации прав человека дает «каждому право на отдых и досуг, включая разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска». Туризм должен быть доступен во всех смыслах этого слова, и меры социальной политики государств должны быть направлены на достижение этой цели [13].

В настоящее время отсутствует единое определение понятия «социальный туризм». Анализируя определения социального туризма отечественных и зарубежных авторов, можно выделить два подхода к его толкованию:

- базовый, согласно которому социальный туризм рассматривается с точки зрения реализации потребности в отдыхе и путешествиях социально уязвимых групп населения;
- расширенный, при котором социальный туризм выступает в качестве инструмента реализации права каждого человека на отдых независимо от социального статуса и материального благополучия.

В таблице 1.1 систематизированы и представлены основные подходы к определению понятия «социальный туризм». Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132, «социальный туризм – это туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных

внебюджетных фондов (в т.ч. средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей» [54].

Таблица 1.1 - Основные подходы к определению понятия «социальный туризм»

Автор	Содержание
базовый подход	
Сергиенко Л.В.	Социальный туризм - сектор туристского рынка, где покупатели получают субсидии из средств, выделяемых государством на социальные нужды, или иных источников покрытия в целях создания условий для путешествий и отдыха школьникам, работающей и учащейся молодежи из малообеспеченных семей, пенсионерам, ветеранам и инвалидам, т.е. лицам, которым государственные и иные организации оказывают социальную поддержку.
Сенин В.С.	Социальным туризмом является любой вид туризма, расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников, предназначенных на социальные нужды [86, с. 651].
Трофимов Е.Н.	Социальный туризм следует рассматривать с точки зрения создания условий для путешествий наименее обеспеченной части населения за счёт средств, выделяемых государством, фондами и благотворительными организациями. Особое внимание следует уделить дополнительной моральной ценности туризма, способствующей вовлечению туристов в полноценную человеческую деятельность и их активному долголетию [94, с. 139].
Миллер Дж., Майтленд Р., Миннаерт Л	Социальный туризм - туризм, предоставляющий экономические возможности для путешествий и туризма людей, которые экономически слабы или находятся в ином неблагоприятном положении [134, с. 405].
расширенный подход	
Хоклэнд Дж.	Сущность социального туризма следует рассматривать как принципиальное право каждого гражданина, независимо от экономической или социальной ситуации, на отдых и восстановление физических и моральных сил. Каникулярные путешествия должны рассматриваться как любые другие права человека, социальная потеря коих должна быть компенсирована государством для всеобщего благосостояния» [93, с. 390].
Квартальнов В.А.	Необходимо сделать туризм независимым от критериев человеческого существования (половозрастных характеристик, профессиональной принадлежности, социального статуса.). Социальный туризм - «путешествия с целью отдыха, оздоровления, приобщения к природному и культурно-историческому наследию, реализуемые гражданам по цене социального тура и субсидируемые из источников внебюджетного финансирования и средств, выделяемых государством на социальные нужды» [90, с. 41-47].
Шпилько С.П.	Под социальным туризмом в широком смысле необходимо понимать любой вид туризма, признанный в качестве приоритетного для решения социальных задач государства и общества [94, с. 140].

Источник: составлена автором на основе [86, 90, 93, 94, 134]

Российское законодательство ограничивает финансирование социального туризма тремя источниками, исключая возможность привлечения инвестиционных, благотворительных средств, и охватывает узкий круг потребительских групп, имеющих право на получение соответствующих льгот. Так, законом РФ «О государственной социальной помощи» от 17.07.1999 № 178 установлен перечень категорий граждан, имеющих право на получение льготного санаторно-курортного лечения и проезда к месту лечения и обратно, который включает инвалидов (в том числе детей и инвалидов войны), ветеранов боевых действий, участников ВОВ, награжденных знаком «Жителю блокадного Ленинграда», членов их семей (в случае смерти), работников тыла и подвергшимся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС. Помимо этого, законодательство предусматривает возможность получения льготных путёвок в детские лагеря детей из различных социально уязвимых групп населения. В целом, перечень льготных категорий граждан не включает пожилых людей, которым не присвоена инвалидность и не участвовавшим в ВОВ, членов малообеспеченных семей и молодых людей.

Кроме того, в действующем определении социального туризма, введённым еще в 1996 году, отсутствуют какие-либо указания на необходимость учёта интересов производителей туристских услуг. Основываясь на опыте обеспечения доступности туристских услуг в ряде зарубежных стран, можно с уверенностью сказать, что создание системы долгосрочного развития туризма невозможно без предоставления социально-экономических выгод каждой категории заинтересованных участников туристской деятельности. Системы социального туризма Франции, Испании, Великобритании, успешно функционирующие в течение многих лет, подтверждают данное высказывание. Разработка эффективного механизма льготирования туристских услуг, экономически выгодного для всех задействованных сторон, позволит решить многие социально-экономические проблемы государства, минимизируя бюджетные расходы и компенсируя их за счёт улучшения экономических показателей.

На основании рассмотренных терминологических подходов с учётом выявленных ограничений законодательно закреплённого определения, считаем целесообразным расширить понятие социального туризма посредством введения определения социально ориентированного туризма: социально ориентированный туризм – это туризм, объединяющий интересы личности, государства и общества путем удовлетворения потребностей в туристских услугах в целях оздоровления, образования, воспитания, независимо от социального статуса и материального благополучия, за счет собственных и дополнительных источников финансирования потребителей, а также предоставления льгот производителям туристских услуг.

Рассмотрение системы социально ориентированного туризма через призму представленного определения позволяет выделить ряд важнейших особенностей, которые соответствуют основным принципам, признакам и целям данного направления туризма, определяющим его устойчивое развитие и место в системе общественно-экономических отношений (рисунок 1.3).

В отличие от понятия социального туризма, находящегося на пике своего развития во времена СССР и не рассматривавшегося в тот период в качестве экономически значимой отрасли, социально ориентированный туризм направлен не только на обеспечение доступности рекреационно-туристских услуг для всех категорий потребителей, но и на стимулирование экономической деятельности предприятий туристской направленности посредством использования инструментов государственной поддержки.

Для обеспечения развития туризма в социально ориентированном контексте, на наш взгляд, необходимо соблюдать следующие принципы:

1) Принцип общедоступности, воплощаемый через достижение социальной справедливости, обеспечение равного доступа всех категорий населения к туристским услугам.

2) Принцип экономической эффективности, предполагающий достижение максимальных экономических результатов развития социально ориентированного туризма при полном использовании туристско-рекреационного

потенциала с учётом имеющихся ресурсов и возможностей, в том числе повышение эффективности использования трудовых ресурсов за счёт снижения показателей заболеваемости среди работников предприятий.



Рисунок 1.3 – Концептуальная схема развития социального туризма

Источник: составлено автором

3) Принцип софинансирования, обеспечивающий доступность туристских услуг посредством использования потребителями собственных и дополнительных источников финансирования, включая средства государственной

поддержки, работодателей, общественных организаций.

4) Принцип адресности и целевого характера, согласно которому выделяемые на развитие социально ориентированного туризма средства должны быть доведены до конечного потребителя и быть израсходованы на оплату туристских услуг в соответствии с целевым назначением.

5) Принцип социальной справедливости, при котором объём оказываемой туристам поддержки определяется в соответствии с критериями социально-демографического и экономического характера, что позволяет гарантировать равный доступ к туристским услугам всех слоёв населения.

6) Принцип приоритетности, обеспечивающий развитие видов туризма, обладающих наибольшей социально-экономической значимостью.

Социально ориентированный туризм, определяя своей основной целью общественно-нравственное воспитание и оздоровление личности, при этом благотворно влияет на экономику страны в целом, обеспечивая развитие и дополнительные поступления в бюджет от инфраструктурных туристских объектов, создавая новые рабочие места, восстанавливая трудовые ресурсы, и повышая тем самым инвестиционную привлекательность туристских регионов. Реализуя общественно-значимые функции, социально ориентированный туризм воздействует непосредственно на человека, учитывая при этом объективную значимость туристской деятельности.

К основным целям социально ориентированного туризма относятся:

- духовно-нравственное развитие, под которым следует понимать морально-этическое и мировоззренческое развитие населения при помощи инструментов туризма;
- культурно-образовательное развитие, подразумевающее возможность получения новых знаний, интеллектуального и физического развития личности;
- экономическое развитие, заключающееся в извлечении финансовой выгоды за счёт развития социально ориентированного туризма, проявляющееся в повышении экономических показателей туристской сферы, снижении уровня безработицы, росте доходов населения, стимулировании предпринимательской

активности;

- координированное решение социальных задач, сглаживание социальных различий и формирование новых устойчивых связей между отдельными людьми и целыми социальными группами;
- повышение качества жизни, оздоровление и обеспечение благополучия населения.

Возможности развития социально ориентированного туризма в России, по нашему мнению, включают:

- создание конкурентоспособных специализированных социально ориентированных туристских продуктов;
- стимулирование спроса и повышение доступности социально ориентированного туристского продукта;
- совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере социально ориентированного туризма с учетом тенденций развития туристской отрасли и социальной политики;
- совершенствование системы управления социально ориентированным туризмом в Российской Федерации;
- реализация гражданами своих конституционных прав на отдых и восстановление сил в условиях невозможности оплатить отдых за счет собственных средств, вследствие высокого уровня градации доходов населения;
- решение социальных задач: повышение культурно-образовательного уровня населения; духовно-нравственное воспитание, удовлетворение права на отдых и путешествия; поддержание высокого уровня удовлетворённости жизнью граждан.

Признаки социально ориентированного туризма, определяющие условия отнесения к нему отдельных видов туристской деятельности, включают:

- ориентация на общественно-значимые ценности;
- разработка специализированных туристских продуктов с учётом потребностей целевых потребителей;
- активное государственное участие, поддержка потребителей и производителей туристских услуг;

- социальная ответственность предпринимательских структур;
- неэкономический характер добавленной стоимости.

При отнесении туризма к социально ориентированному типу необходимо соблюдать сочетание как минимум двух признаков.

Социально ориентированный туризм направлен на удовлетворение потребности в отдыхе множества потребительских групп, каждая из которых имеет свои поведенческие особенности. Международной организацией социального туризма (ISTO) принята следующая категоризация потребителей - молодежь, неблагополучные семьи, пожилые люди и лица с ограниченными возможностями здоровья. В рамках настоящего исследования молодёжь рассматривается как группа людей от 15 до 35 лет. Верхняя граница их возраста определена Федеральным законом от 30.12.2020 № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» [49]. Что касается пожилых людей, выбор возрастной группы обусловлен критериями участия пожилых людей в основных льготных программах, проводимых международной организацией IMSERSO на территории Европы [64]. Определение лиц с инвалидностью дано в статье 1 Конвенции о правах инвалидов Организации Объединённых наций [120]. Критерий включения в категорию «Семьи с ограниченными финансовыми возможностями» определён по итогам обзора литературных источников по близким тематикам, а также на основании данных отчёта Евростата за 2019-2020 гг. (таблица 1.2) [124].

Отнесение экономически активной группы населения страны к потенциальным потребителям социально ориентированного туризма способствует реализации принципа социальной ответственности государства и бизнеса, которому в последнее время уделяется всё большее общественное внимание. Реализация концепции социально ответственного бизнеса является необходимым условием для поддержания современных стандартов качества жизни населения, обеспечения инновационного экономического развития, основывающегося на потенциале интеллекта, образованности и творчества работников [30].

Таблица 1.2 - Критерии категоризации потребителей социально ориентированных туристских услуг

Категория потребителей социально ориентированного туризма	Критерии включения в категорию
Работники предприятий и учреждений	Граждане, с которыми заключён трудовой договор
Молодёжь	Лица в возрасте от 15 до 35 лет
Пенсионеры	Лица в возрасте от 50 лет
Дети	Лица в возрасте от 7 до 15 лет
Лица с ограниченными возможностями здоровья	Лица с устойчивыми физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными нарушениями
Семьи с ограниченными финансовыми возможностями	Семьи с доходом ниже прожиточного минимума, установленного в стране проживания.

Источник: составлено автором на основе [49, 64, 120, 124]

Чтобы раскрыть данный потенциал в полной мере, предприятиям и учреждениям необходимо не только предоставить работникам комфортные условия труда, компенсировав расходы на питание, организовав проезд к месту работы или обеспечив коллектив медицинской страховкой, но и предоставить им возможности для отдыха и оздоровления. Ведь максимальной эффективности и продуктивной работы персонала можно достичь лишь при условии соблюдения баланса труда и отдыха. Закреплённое в Конституции РФ право на отдых даёт человеку возможности как для восстановления духовных и физических сил, так и для саморазвития личности, её реализации в творческой, образовательной, культурной деятельности.

С позиции предприятий и учреждений туризм может стать средством мотивации сотрудников, корпоративным бонусом за качественно выполненную работу. Предприятия, действующие в соответствии с принципом социальной ответственности и принимающие меры по повышению доступности туристских услуг для своего персонала, не только стремятся внести вклад в развитие общества на национальном и глобальном уровнях, но и преследуют цели по максимизации продуктивности рабочей силы за счёт предоставления им возможностей для качественного полноценного отдыха. Кроме того, предоставление работникам путёвок в санаторно-курортные организации обеспечит профилактику заболеваний среди персонала, позволит снизить риск

заболеваемости в будущем, сократить количество дней невыхода на работу по причине нетрудоспособности и объём компенсационных выплат [28].

Высокий уровень социальной ответственности государства и бизнеса может проявляться в обеспечении доступности туристских услуг для сотрудников предприятий образования, здравоохранения, культуры и других работников социальной сферы.

В настоящее время определённый перечень социальных льгот, включая путёвки на санаторно-курортное лечение, предусмотрен для государственных служащих. Порядок предоставления санаторно-курортных путёвок для государственных служащих определяется в зависимости от уровня осуществления деятельности (федеральный или региональный). В среднем льготированию подлежит 50-75 % стоимости санаторно-курортной путевки независимо от категорийности номера.

На федеральном уровне также установлен порядок санаторно-курортного обеспечения в Вооруженных Силах РФ, предусматривающий льготное санаторно-курортное лечение военнослужащих при наличии медицинских показаний и совместное пребывание членов их семей не более 1 раза в год.

За счёт средств федерального бюджета также осуществляется финансирование льготных путёвок на санаторно-курортное лечение действительных членов Российской Академии Наук. Немаловажную роль в системе предоставления льготных путёвок играет профсоюз работников РАН.

Работники органов прокуратуры Российской Федерации на основании медицинских показаний также имеют право на ежегодное санаторно-курортное лечение продолжительностью от 14 до 21 дня. Санаторно-курортное лечение прокурорских работников осуществляется за счет средств федерального бюджета. При этом стоимость питания и проживания в санатории оплачивается из личных средств [53].

Что касается работников сферы образования, несмотря на широкий перечень льгот, указанных в Законе об образовании, предоставление льготных путёвок в санатории на федеральном уровне им не предусмотрено.

Вопрос о предоставлении дополнительных льгот в форме компенсации затрат на санаторно-курортное лечение медицинских работников получил широкое распространение ввиду сложной эпидемиологической ситуации последних лет. Различные меры поддержки устанавливаются властями на региональном уровне. Компенсацию санаторно-курортного лечения получают медицинские работники Мурманской, Владимирской области, Приморского края, республики Татарстан и пр. Не остаются безучастными и бизнес структуры. Так, гостиничная сеть Mirasleon предоставила 140 работникам и их детям возможность бесплатного отдыха и оздоровления в отелях Анапы. Предприятие MSC Cruises ввела льготные круизные тарифы со скидкой до 50% для всех работников здравоохранения и их семей.

Примером высокого уровня корпоративной социальной ответственности может служить социальная политика АО «РЖД». Право на санаторно-курортное оздоровление работников предприятия, членов их семей и неработающих пенсионеров гарантируется коллективным договором. При оформлении путёвки от предприятия или профсоюза цена на отдых в отраслевых здравницах для них составит от 10 до 35% от полной стоимости. В настоящее время РЖД владеет 65 санаторно-курортными организациями, принимающими не только работников предприятия, но и внешних клиентов.

Дополнительные меры стимулирования работников для поддержания трудового долголетия и активной жизнедеятельности действуют также и в ПАО «Газпром». В рамках сотрудничества его профсоюза и туроператора «Путевка.ком» сотрудникам и их семьям предоставляется возможность приобрести путевки в санатории, пансионаты и здравницы Крыма, Краснодарского края, Кавказских минеральных вод, Абхазии, Беларуси с экономией до 30 %. Более 5000 человек ежегодно проходят реабилитационно-восстановительное и санаторно-курортное лечение в ведомственных здравницах.

1.2 Ретроспективный подход к развитию социального туризма в России

Сбалансированное и гармоничное развитие социального туризма, учитывающего интересы каждого из его участников, включая государство, социально уязвимые группы населения, предприятия туристской направленности, в долгосрочном периоде представляется невозможным без интеграции положительного опыта, формируемого в стране под воздействием социально-политических, историко-культурных и экономико-географических факторов. Ретроспективный анализ отечественного опыта формирования и развития института социального туризма позволит выявить характерные для России закономерности развития системы льготирования туристских услуг в разные исторические периоды.

Понятие социального туризма агрегирует такие виды туристской деятельности, как социальную, молодёжную, образовательную и прочие, и позволяет расширить рамки ретроспективного исследования вплоть до периода зарождения и становления современных туристских форм [79, с. 71-77].

Рассмотрим основные исторические периоды становления и развития организационно-экономических основ социального туризма.

Социальный туризм в Дореволюционной России. В Российской Империи формирование системы социального обеспечения как самостоятельной институциональной единицы происходило постепенно путём её выделения из комплексного понятия благотворительной деятельности и изначально не включало льготирование каких-либо туристских услуг. На рубеже XIX и XX веков благотворительность в России представляла собой целую сеть социальных (называемых в тот период благотворительными) учреждений. Причём, главным инициатором подобной деятельности являлась императорская семья, каждое учреждение подчинялось соответствующему ведомству, попечительству. Таким образом, из благотворительной деятельности происходило явное выделение государственной социальной политики [101, с. 129-130].

До XX века развитие системы социального обеспечения и туристско-экскурсионной деятельности в дореволюционной России происходило параллельно. Однако уже с конца 80-х годов XIX века начали создаваться горные клубы и общества с отделениями в разных городах (преимущественно в регионах Крыма и Кавказа). Помимо активного развития организованных экскурсий и поездок, деятельность данных клубов была направлена на поддержку местных отраслей сельского хозяйства, садоводства и мелкой горной промышленности, что было закреплено, например, в уставе Крымского горного клуба. Таким образом, уже в дореволюционные времена зарождалось осознание возможности использования туристской деятельности для поддержки местных производителей и социально-экономического развития территорий.

Крымский горный клуб, созданный в Одессе в 1890 и имевший отделения в Севастополе и Ялте, уже в первые годы существования, благодаря активному распространению информации о его деятельности путём рассылки сообщений научным и художественным учреждениям, редакциям различных журналов и газет, администрациям городов, насчитывал 400 членов. Число отделений клуба росло с каждым годом, и каждое из них стремилось выстроить эффективные и взаимовыгодные отношения с организациями транспорта, образования, культуры и прочих сфер, прямо или косвенно связанных с экскурсионно-туристской деятельностью.

В деятельности Крымско-Кавказского горного клуба прослеживаются первые попытки льготирования экскурсионно-рекреационных услуг для некоторых категорий участников. Так, уделяя особое внимание вопросам организации ученических экскурсий, клубу удалось в 1892 году провести первые экскурсии в Крым для воспитанников прогимназий и учеников училищ. По ходатайству правления клуба для повышения доступности такого рода поездок участникам предоставлялось бесплатное помещение для проживания в школах Ялты и размещение в некоторых гостиницах по крайне низким ценам. Кроме того, была снижена цена на экипажи, которая, при этом, даже не покрывала расходы клуба. Отделению в Ялте также удалось договориться с членами городской

управы о бесплатном посещении участниками городского сада и о множестве других услуг. Стоит отметить, что правление Ялтинского отделения не получало за эту деятельность никакого материального вознаграждения и было удовлетворено многочисленными положительными отзывами участников.

Крымско-Кавказский горный клуб заложил прочный фундамент экскурсионного дела в России. А ввиду очевидной социальной составляющей в его деятельности, клуб по праву можно считать организацией, сформировавшей основы социального туризма в нашей стране.

Немаловажную роль в этом также сыграло созданное в 1901 году Русское горное общество, в состав которого вошли такие видные учёные, как Анучин Д.Н., Вернадский В.И., Семенов-Тянь-Шанский П.П., Мушкетов И.В. Помимо общих вопросов организации путешествий в горные районы, общество относилось к своим обязанностям поиск путей к удешевлению передвижения из центральной России к окраинам, где преимущественно и располагались горные массивы. Для реализации данной цели правление общества ходатайствовало перед Русским обществом пароходства и торговли и обществом «Кавказ и Меркурий» о льготах для групп его членов, отправляющихся на Кавказ. Ходатайство было удовлетворено, и Русское общество пароходства и торговли предоставило скидку в 50 % от стоимости проезда на пароходах Черного моря группе, состоящей из четырех человек, а общество «Кавказ и Меркурий» – скидку в 25 %. Полученные льготы служили значительным подспорьем для членов Общества, отправляющихся в горные районы [98, с. 135].

Особый интерес для исследования представляет Русский туринг-клуб, основанный в Петербурге в 1895 году как Общество туристов-циклистов с филиалами в 135 городах. Правление данного клуба проводило активную деятельность по заключению с владельцами гостиниц специальных договоров, предусматривающих льготные тарифы на обслуживание членов общества. Одним из направлений деятельности клуба была организация поездок по России для лиц, не имевших достаточных материальных средств для многодневных самостоятельных экскурсий. Благодаря договорам клуба с зарубежными

туристскими организациями, российские туристы имели возможность пользоваться различными льготами и скидками. В 1901 г. общество было реорганизовано в Российское общество туристов (далее - РОТ), продолжившее свою деятельность и после Октябрьской революции.

Нельзя переоценить значение школьных экскурсий, организуемых образовательными учреждениями с 60-х годов XIX века. Именно в этот период ведущие педагоги России обратили особое внимание на благотворное влияние поездок, экскурсий и прогулок на физическое и духовное здоровье учащихся, их культурно-патриотическое воспитание. После замены с 1900 года летних каникулярных работ на рекомендованные министерством народного просвещения оздоровительные прогулки и путешествия в России стало активнее развиваться туристско-экскурсионное дело. Анализируя данную тенденцию с точки зрения её доступности, можно отметить принимаемые поощрительные меры для сирот и детей из бедных семей. Чтобы не лишать их возможности отправиться в путешествие, учебное заведение за счёт собственных средств либо других источников компенсировала расходы, связанные с данной поездкой.

Кроме того, в 1902 году был введён специальный тариф на проезд. Воспитанникам низших учебных заведений предоставлялась возможность бесплатного проезда на расстояние менее 50 км. Данные тарифы сохраняли своё действие вплоть до 1917 года.

В 1910 году часть затрат на экскурсионное дело взяли на себя уездные и губернские земства, отражавшие данную группу расходов в специальной графе своих смет. Однако данные средства покрывали лишь третью часть общих расходов. Чаще всего, уездные земства выделяли 100-200 рублей на организацию экскурсий, а губернские - лишь создавали условия для приёма учащихся. Остальная часть расходов приходилась на родителей, попечителей школ и прочих лиц [8, с. 85].

Особый интерес представляют материалы Первого Всероссийского съезда по улучшению отечественных лечебных местностей, состоявшегося в Петрограде в 1915 г. по инициативе Медицинского совета Министерства внутренних дел [96,

с. 347]. Впервые на государственном уровне было оценено значение туристской деятельности для экономического развития России. Она была признана делом «государственной необходимости» при активном взаимодействии всех правительственных, общественных, частных учреждений и «лиц частной предприимчивости» с возможностью привлечения иностранного капитала за счёт развития въездного туризма [96, с. 511]. Для развития путешествий, туризма и экскурсий по России отечественных и иностранных туристов было предложено, помимо «всевозможных улучшений в удобстве», значительно снизить стоимость проезда в курортные территории. В Кавказских курортных учреждениях было предложено снизить стоимость сезонного приёма лечебных ванн.

Доклады съезда затрагивали самые разнообразные вопросы санаторно-курортного дела от наделения объектов статусом лечебной местности до имущественно-финансовых проблем уже существующих курортных территорий. Были затронуты и некоторые социальные аспекты. Так, комиссией съезда было предложено расширить организацию бесплатного и льготного лечения на курортах. Управлениям земских, городских и казенных лечебных местностей рекомендовалось организовать льготное и бесплатное лечение «для местной сельской и городской бедноты, лишённой возможности пользоваться местными целебными средствами наших курортов» и ходатайствовать перед государственным казначейством о выделении субсидии для этих целей.

Большое внимание уделялось «призрению раненых и больных воинов», для которых было рекомендовано обустроить летние и зимние санатории для лечения солнцем, «плавучие санатории» для лечения больных на «русских больших реках», в особенности на Волге и Каме. Кроме того, по итогам съезда было принято решение о выделении управлением Боржомских вод от 300 до 400 бесплатных мест для лечения раненых [23, с. 168].

Исследование туристско-экскурсионной деятельности и отдельных направлений социальной политики Российской Империи XIX-XX веков позволило нам получить более полное представление о предпосылках формирования институциональной среды социального туризма.

В советский период социально направленные туристские услуги приобрели массовый характер и были предоставлены более чем половине трудоспособного населения страны [94, с. 139]. Ввиду политических особенностей данного периода, государство не рассматривало социальный туризм с точки зрения его экономической эффективности, а уделяло внимание лишь социально-идеологическим аспектам [80, с. 172], включая пропаганду преимуществ социализма и патриотическое воспитание. Объём выделяемых предприятиям из государственного бюджета денежных средств определялся как разница между полученной прибылью и расходами на нужды расширенного воспроизводства, в том числе на капитальные вложения, увеличение оборотных средств. В случае, когда размер прибыли был меньше объёма плановых вложений, недостающая сумма компенсировалась за счёт бюджетных средств. Таким образом, государственный бюджет СССР являлся гарантом реализации прав советских граждан и ключевым стержнем для всех отраслей социалистического хозяйства страны.

Развитие системы предоставления льготных туристских услуг, организационные основы которой были заложены в Советском Союзе в конце 1910-х годов, можно разделить на несколько этапов, обусловленных тесной связью с общими изменениями в социальной политике страны.

Первый этап (1918 - 1935 гг.) можно охарактеризовать созданием социально-экономических условий, организационным становлением экскурсионно-туристской деятельности. В условиях восстановления и реконструкции народного хозяйства и культурной революции с целью предоставления работникам отдыха, удовлетворения их потребностей в познании культурных ценностей и достижений своей Родины были созданы первые институты пролетарского туризма. Созданное до Октябрьской революции «Российское общество туристов», позже реорганизованное в «Общество пролетарского туризма», за короткий период деятельности (1928-1930 годы) объединило в своих рядах 75 тысяч человек. РОТ ставило перед своими членами ряд задач, среди которых можно выделить самообразование, развитие моральных

и физических качеств, более эффективное использование возможностей для отдыха, активное участие в социалистическом строительстве, помощь другим народам в развитии и сохранении культурного наследия, проведение исследовательских работ [114, с. 27].

Общество пролетарского туризма активно взаимодействовало с учреждениями, промышленными предприятиями, колхозами и совхозами, клубами и читальными залами, а также имело свои отделения во всех регионах страны. Разрабатывались экскурсионно-туристские маршруты, в том числе пешеходные, водные, велосипедные, смешанные, издавалась методическая литература [3, с. 4].

В 1930 году произошло слияние Общества пролетарского туризма с Акционерным обществом «Советский турист» (далее - СТ), целью которого являлось предотвращение коммерциализации туризма, проявлявшейся в деятельности СТ. В результате объединения было создано Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий. Среди основных задач ВДО «Пролетарский туризм и экскурсии» можно выделить развитие массового туристического потока, сочетание воспитательной и идейной работы с организацией культурной деятельности, нравственное и физическое развитие личности и другие.

В 1930 году объём туристического потока достиг 500 тысяч человек, в том числе 95 тысяч участников дальних путешествий. Изменился контингент отдыхающих на турбазах и участников всесоюзных маршрутов. В 1930 году рабочие и крестьяне составляли 31% от их общей численности, в 1931 году - 59%. К этому времени национальный туризм получил развитие и массовое распространение по двум основным направлениям: пешие походы рабочих, особенно молодежи, в рамках активных туристических экскурсий и путешествия по расписанию. Оба направления в равной степени требовали создания благоприятных условий для своего дальнейшего развития [101, с. 130].

Второй этап (1936-1969 гг.) характеризуется внедрением новых форм управления. Организационная структура системы социального туризма того

периода была представлена различными организациями, государственными органами, общественными объединениями и обществами, включая:

- Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов (далее – ВЦСПС), руководящий Центральным туристско-экскурсионным управлением (далее – ЦСТЭ), имеющим отделения в республиках и городах страны. Данное управление, игравшее ключевую роль в развитии социального туризма, имело в распоряжении множество баз отдыха для работников учреждений и министерств, занималось организацией туристско-экскурсионных путешествий по СССР, осуществляя руководство советами по туризму и экскурсиям (далее – СТЭ) на региональном уровне.

- Главное управление по иностранному туризму при Совете министров СССР, при котором осуществляло свою деятельность Государственное акционерное общество (ГАО) по иностранному туризму в СССР «Интурист» (далее – «Интурист»). В его подчинении находились все предприятия туристской направленности (объекты размещения, транспортные предприятия, базы отдыха, гиды), работающие с иностранными туристами. «Интурист» также выполнял посредническую функцию между ЦСТЭ и туристами, планирующими путешествие в зарубежные страны, реализуя путёвки через региональные СТЭ. Социальная составляющая в развитии иностранного туризма заключалась в частичной (не более 30 % - в капиталистические страны и не более 50 % - в социалистические страны) оплате предприятиями стоимости путёвки за рубеж рабочим-передовикам производства, победителям социалистического соревнования и ударникам коммунистического труда [57, с. 465; 63].

- Центральный Комитет Всесоюзного ленинского коммунистического союза молодежи (далее – ЦК ВЛКСМ), на базе которого в 1958 году было основано бюро Международного молодежного туризма «Спутник» [4, с. 100]. Создание бюро было продиктовано двумя причинами: необходимостью пополнения бюджета ВЛКСМ и проведения идеологической работы с советской и зарубежной молодёжью. Организационная структура «Спутника» имела сходство

с системой «Интуриста» и, аналогично последнему, имела в распоряжении транспортные средства, гидов и туристские центры.

Схема функционирования описанных предприятий в рамках развития социального туризма представлена на рисунке 1.4.

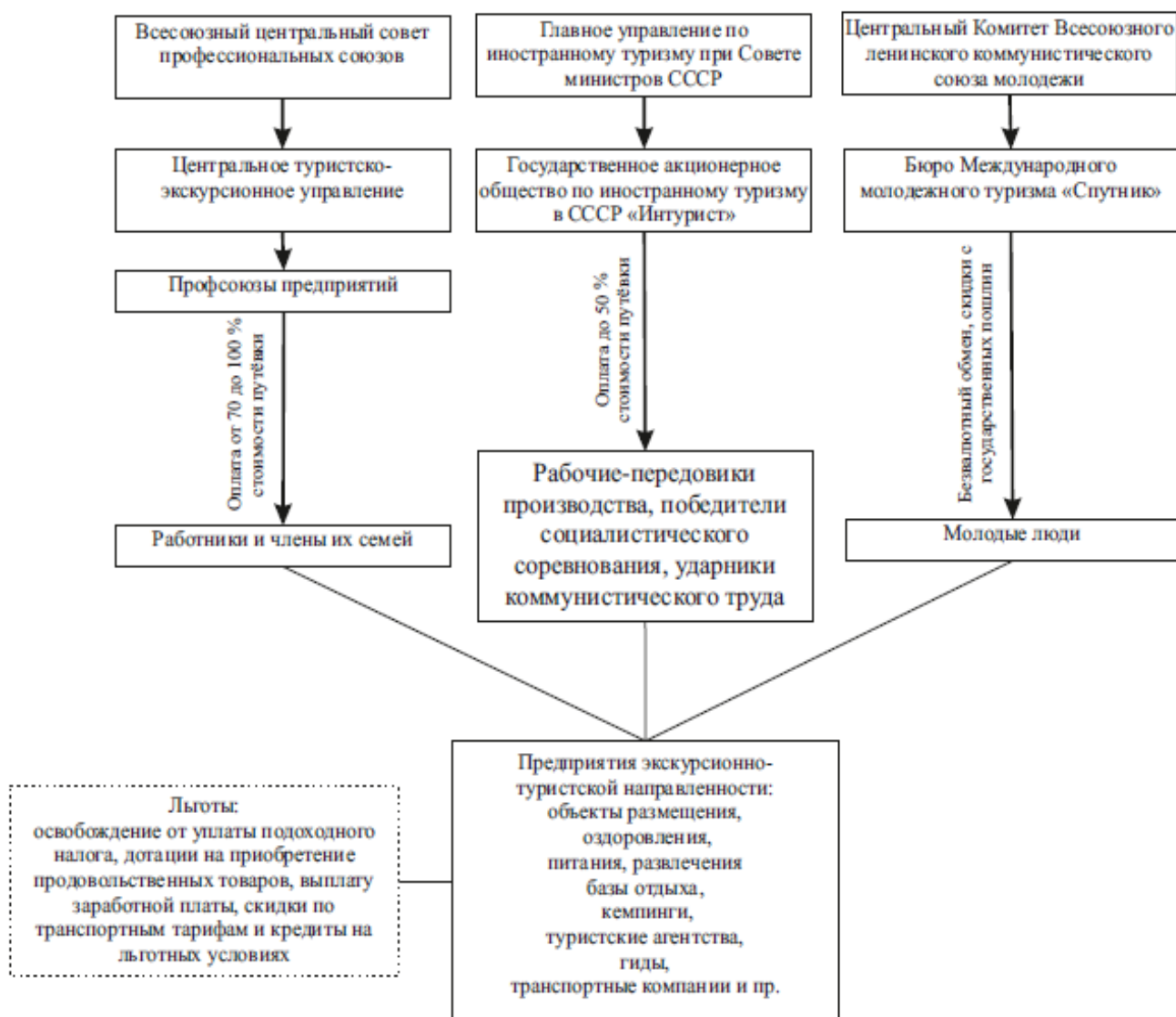


Рисунок 1.4 – Функционирование социального туризма в СССР

Источник: составлено автором

Задача «Спутника» заключалась «в проведении туристских путешествий зарубежной молодежи по Советскому Союзу и советской молодежи за границу на доступных для нее условиях».

При повышении доступности условий «Спутник» учитывал, что молодые туристы терпимее остальных групп относятся к условиям питания, проживания и передвижения. Ввиду этого, бюро формировало путёвки, включающие проезд в плацкартных вагонах поездов, питание в студенческих столовых и проживание в общежитиях при университетах. Снизить стоимость молодёжных поездок в капиталистические страны удалось также за счёт предоставления 75%-ной скидки с государственной пошлины за выдачу заграничного паспорта. Работа бюро строилась «на основе безвалютного туристского обмена с зарубежными организациями, занимающимися молодежным туризмом» [41, с. 45].

Весомую долю в объёме финансирования перечисленных предприятий занимали общественные фонды потребления (далее – ОФП), складывающиеся из средств государственного бюджета, Централизованных фондов социального обеспечения, фондов социального страхования колхозников (рисунок 1.5).



Рисунок 1.5 - Общественные фонды потребления

Источник: составлено автором на основе [25, с. 526-528]

Помимо отдыха и досуга, средства ОФП направлялись в сферу образования, науки, здравоохранения, физкультуры, спорта, а также на социальные выплаты (в том числе пособия по нетрудоспособности, по беременности и родам, отпускные отчисления).

Статистическая информация о выплатах и льготах, направленных населению из ОФП, представлена в таблице 1.3.

Таблица 1.3 - Объем средств, полученных населением СССР из общественных фондов потребления

	В абсолютном значении, млрд руб.					В процентном соотношении, %				
	1975	1980	1985	1987	1988	1975	1980	1985	1987	1988
Выплаты и льготы - всего	90,1	117,0	147,0	162,8	175,4	100	100	100	100	100
из них:										
Санаторно-курортные услуги, физическое воспитание, услуги здравоохранения	12,9	17,2	20,2	22,2	25,5	14,3	14,7	13,8	13,6	14,5
Бесплатное образование, культурно- просветительская работа	25,1	31,6	37,9	41,0	44,4	27,9	27,0	25,7	25,2	25,3
Социальное обеспечение и страхование, в том числе пенсии и пособия	34,6	45,6	61,1	69,2	73,6	38,4	39,0	41,5	42,5	42,0
Прочие направления, включая расходы на содержание жилищного фонда	17,5	22,6	27,8	30,4	31,9	19,4	19,3	19,0	18,7	18,2

Источник: составлено автором на основе [2, с. 266; 25, с. 529]

Развитие социального туризма в этот период было тесно связано с деятельностью трудовых коллективов. Туризм выполнял не только рекреационную, но и образовательную роль.

Социальные программы включали: мероприятия, приуроченные к празднованиям достижений партии, государства и нации, неформальное общение, обмен опытом на фестивалях солидарности и дружбы, обмен делегациями и рабочими группами между городами-побратимами и регионами, поездки по тематическим маршрутам [77, 140].

Применяемая в СССР модель социального туризма, основной целью которой было оздоровление трудоспособного населения и его культурное развитие, позволила значительно повысить объем внутреннего туристского

потока, но при этом породила множество других проблем. Используемая схема финансирования туристских поездок вела к колоссальной финансовой нагрузке на государство. В то же время, не уделялось внимание выявлению потребностей целевых групп, а качество предоставления туристских услуг находилось на крайне низком уровне. Основанные на бюджетных дотациях методы производства и потребления привели к отсутствию у предприятий туристской направленности стимулов к повышению качества предоставляемых услуг, а также к игнорированию потребителем низкого уровня сервиса из-за невысокой цены путёвки [81, с. 179].

Для развития отрасли социального туризма были слабо привлечены личные сбережения людей, доходы от членства в общественных объединениях, туристических клубах и кооперативной деятельности. В работе агентств, занимающихся обслуживанием туристов и экскурсантов, преобладало стремление к достижению намеченных показателей, инвестиционная политика была направлена в первую очередь на создание материально-технической базы, что привело к несоответствиям, препятствующим реализации важных социальных функций.

Кроме того, процесс распределения путёвок зачастую носил дискриминационный характер, хотя и менее выраженный, чем, например, при распределении объектов жилищного фонда. Так, в конце 1980-х годов руководством некоторых предприятий совместно с профсоюзами ежегодно решался вопрос о порядке распределения и выдачи путевок в санатории и дома отдыха, итогом которого становилось утверждение перечня должностей, в соответствии с которым и производилось льготирование [99, с. 16]. Таким образом, директора, их заместители, главные специалисты и начальники цехов получали возможность приобрести путёвку по более низким ценам, нежели работники, находящиеся ниже на служебной лестнице. Кроме того, должность сказывалась и на географии отдыха. В южные регионы зачастую направлялись лица, занимающие более высокие позиции на предприятии [6, с. 69].

Контролирующие органы выявляли нарушения, при которых предприятия

полностью или частично оплачивали стоимость путёвки в другую страну лицам, которым данное льготирование положено не было. Данными схемами особенно часто пользовались руководители учреждений и их семьи [61, с. 184].

Для определения преимуществ и недостатков системы социального туризма в СССР в 2021 году было проведено онлайн-анкетирование 435 респондентов в возрасте старше 50 лет, проживающих на территории России. Ошибка выборки составила 7,2 %. Участникам анкетирования было предложено выделить основные негативные и положительные особенности системы социального туризма в советский период (Приложение А). На основе ответов респондентов был определён перечень ключевых преимуществ и недостатков системы предоставления льготных туристских услуг в СССР (таблица 1.4).

Таблица 1.4 - Преимущества и недостатки системы социального туризма в советский период

Преимущества	Недостатки
Большой объём внутреннего туристского потока	Низкое качество предоставления туристских услуг
Стимулирование активных массовых видов туризма	Дефицит туристского снаряжения
Низкая стоимость туристской путёвки для потребителя	Высокий уровень затрат консолидированного бюджета
Ориентация на социальные цели: духовно-нравственные, культурно-образовательные, и оздоровительного характера	Игнорирование экономических целей
Низкий уровень экономического расслоения общества	Чрезмерная бюрократизация и формализация процесса и недобросовестность ответственных лиц, обуславливающая дискриминационный характер распределения льгот

Источник: составлено автором

Третий этап (1970 - 1991) характеризуется в основном экстенсивным развитием внутрироссийского и зарубежного туризма, а также дальнейшими изменениями в структуре управления. Организации туристско-экскурсионной сферы были сосредоточены на решении задач масштабного расширения материально-технической базы, совершенствования туристско-экскурсионных

предприятий и превращения туризма в одну из основных отраслей сферы услуг [128].

За эти годы объём туристского потока увеличился почти в 4 раза. В 1985 году ЦСТЭ обслужила 38 миллионов человек. Продолжалось расширение сети туристских маршрутов. За 15 лет их количество увеличилось более чем в шесть раз. Значительно возрос общий объём услуг. В 1985 году рабочим и студентам было выделено более 2 миллиардов рублей, что в четыре раза больше, чем в 1970 году. К 1985 году в системе ЦСТЭ работало более 960 гостиниц, кемпингов и баз отдыха общей вместимостью около 400 000 человек. Туристская деятельность того периода была направлена на повышение социальной активности и культурного уровня за счет рациональной организации свободного времени, а также на укрепление здоровья и профилактику заболеваний среди населения.

Говоря о такой группе потребителей услуг социального туризма, как лица с инвалидностью, можно утверждать, что особое внимание в СССР уделялось инвалидам Отечественной войны. Так, согласно Постановлению Совмина СССР от 23.02.1981 № 209, инвалиды Отечественной войны в первоочередном порядке обеспечивались по месту работы путевками в санатории, профилактории и дома отдыха, направлялись на амбулаторно-курортное лечение, а их дети - путевками в пионерские лагеря [57, с. 29-33].

ВЦСПС, министерства, ведомства, объединения, предприятия, учреждения и организации ежегодно выделяли для инвалидов Отечественной войны не менее 10 % имеющихся у них путевок для санаторно-курортного лечения. Порядок распределения указанных путевок определялся ВЦСПС, а в санаторно-курортные учреждения Министерства обороны, Министерства внутренних дел СССР и Комитета государственной безопасности СССР - этими министерствами и комитетом.

Для неработающих инвалидов Отечественной войны путёвки выдавались бесплатно органами социального обеспечения, здравоохранения, Министерства обороны, Министерства внутренних дел СССР и Комитета государственной безопасности СССР. Кроме того, при желании, инвалиды могли заменить путевки

в санаторий или дом отдыха выдававшейся один раз в два года денежной компенсацией [57, с. 38].

В 1988 году согласно Постановлению Президиума ВЦСПС № 5-1 «О дальнейшем развитии и улучшении организации санаторно-курортного обслуживания, туризма и отдыха трудящихся» было предусмотрено увеличить в период с 1989 по 1991 год количество бесплатных санаторных путевок для неработающих участников войны и воинов-интернационалистов на 10 тысяч ежегодно, и довести их количество до 120 тысяч в год, а если такие лица приезжали на курорты самостоятельно без путевок, то им компенсировалось 70 % стоимости отдыха за счет средств государственного социального страхования [48]. В 1976 году было организовано около 300 маршрутов для родителей с детьми. К концу десятой пятилетки в БММТ «Спутник» функционировало 14 республиканских, 6 краевых, 137 областных и 48 муниципальных и районных организаций. Номерной фонд в 27 отелях, молодежных центрах, турбазах и лагерях составлял 9 048 мест, в том числе 2167 - для летнего отдыха. В 1974 - 1982 гг. по восьми тематическим туристическим маршрутам Всесоюзной экспедиции «Моя Родина - СССР» побывало 50 миллионов молодых людей [33, с. 17]. В Советском Союзе действовало более 10 тысяч баз длительного отдыха, насчитывавших 2 миллиона мест и до 3 тысяч агентств краткосрочного отдыха на более чем 200 тысяч мест. Ежегодно здесь отдыхало около 60 миллионов рабочих и членов их семей. Более 40 миллионов человек воспользовались санаторными услугами. Летом около 30 миллионов детей и подростков отдыхали в пионерских и школьных лагерях. Общая вместимость детских туристических учреждений составляла более 5 миллионов человек. Курортно-рекреационная сеть СССР насчитывала около 8 миллионов объектов, что позволяло ежегодно обслуживать более 100 миллионов человек [111, с. 373].

Одной из особенностей организации социального туризма в СССР было его использование в качестве инструмента для сглаживания сезонности, в том числе применение принципа дифференцированного ценообразования на рекреационные

услуги в зависимости от сезона (например, зимой в Сочи стоимость проживания в гостиницах была снижена на 20%) [3, с. 5].

Распад Советского Союза в конце 1991 года стал точкой отсчёта принципиально нового этапа развития социального туризма в России. Туристскую деятельность стали рассматривать с точки зрения её экономической эффективности (обеспечения занятости населения, дополнительных источников доходов в государственный бюджет, развития территорий), а социальному аспекту уделялось всё меньше внимания. Масштабные преобразования в экономике и системе государственного управления 1992 года разрушили основы прежнего функционирования туристско-рекреационного комплекса страны. При этом, не были определены новые направления развития и чёткие цели функционирования исследуемой сферы. Профсоюзы, игравшие одну из ключевых ролей в системе социального туризма СССР, утратили функции распределения путёвок и оплаты части их стоимости, поскольку из-под их управления были выведены средства социального страхования. Лечебно-оздоровительные учреждения получали от созданных государственных фондов социального страхования лишь средства на оплату путёвок, что препятствовало расширенному воспроизводству данных организаций.

Распад СССР прервал активное развитие бюро «Спутник». Резкое снижение более чем в 30 раз объёмов туризма и ликвидация ВЛКСМ поставили под угрозу само существование «Спутника». Было принято решение о его акционировании [71]. Программа безвалютных молодёжных туристических обменов как одно из направлений деятельности предприятия более не существует [69].

Изменения не обошли стороной и Интуриста, государственная собственность которого в новых политико-правовых условиях была преобразована в федеральную и региональную, а затем перешла в частную собственность. Бывшие подразделения Интуриста после распада СССР стали самостоятельными коммерческими организациями [41, с. 45].

Изменения постсоветского периода, заключавшиеся в отсутствии централизованной системы распределения льготных путёвок и их

финансирования, привели к формированию своеобразного рынка путёвок, отражающего предложение средств размещения. Это, в свою очередь, стало причиной качественных изменений спроса. Население столкнулось с необходимостью полной оплаты путёвки, что привело к повышению требований к качеству отдыха и разнообразию предлагаемых услуг.

Несмотря на отсутствие социально туристской ориентированности в деятельности созданных государственных структур и резкой смене приоритетов туристской политики, понятие социального туризма появилось в законодательных документах уже в 1996 г. и получило свое дальнейшее законодательное закрепление с приходом нового тысячелетия [80, с 170-172].

В настоящее время реализация базового конституционного положения о том, что Российская Федерация – социальное государство, в сфере туризма протекает чрезвычайно пассивно. Используемые формы и методы социального туризма, проявляемые посредством установления льготных транспортных тарифов на воздушные и иные перевозки для молодежи, льготных преysкурантов на размещение для определенных категорий туристов, крайне ограничены [10, с. 214; 27, с. 66-67]. Проведение ретроспективного исследования отечественного опыта организационно-экономического обеспечения развития социального туризма позволило выявить основные особенности используемых механизмов льготирования туристских услуг в разные исторические периоды.

В таблице 1.5 представлены основные характеристики социального туризма на каждом этапе его развития.

Таким образом, аккумуляция положительного опыта развития института социального туризма на каждом из исследованных этапов позволит выстроить устойчивую систему льготирования туристских услуг с учётом интересов всех участников рынка социального туризма., сочетающую в себе эффективные инструменты для решения задач социально-экономического характера

Таблица 1.5 - Основные характеристики социального туризма в России

Этап		Основные характеристики
Дореволюционный период		Постепенное выделение государственной политики социального призрения из благотворительной деятельности; Осознание значимости и благотворного влияния школьных экскурсий и путешествий на моральное и физическое здоровье учащихся; Введение льгот на экскурсии для школьников из бедных семей; Появление горных клубов, обществ и объединений, внёсших значительный вклад в развитие экскурсионного дела, сперва в Крыму и на Кавказе, а затем и в других регионах Российской Империи; Активная деятельность данных клубов по выстраиванию взаимовыгодных отношений с туристскими учреждениями, включая предоставление льгот или бесплатных услуг для приезжающих школьников. Осознание на государственном уровне социально-экономической значимости развития туризма (I Всероссийский съезд по улучшению отечественных лечебных местностей, 1915 г.).
Советский период	1918-1935	Становление системы социального туризма в новых социалистических условиях; Организационное становление экскурсионно-туристской деятельности; Увеличение доли рабочих и крестьян в общей структуре туристского потока; Распространение молодёжных пеших походов среди рабочих.
	1936-1969	Внедрение новых форм управления системой социального туризма в форме ВЦСПС с отделениями во всех городах, а также организаций, специализирующихся на развитии молодёжного («Спутник») и иностранного («Интурист») туризма.
	1970-1991	Экстенсивное развитие социального туризма; Увеличение объёма туристического потока; Развитие льготной системы предоставления путёвок инвалидам Великой Отечественной Войны.
Постсоветский период		Разрушение основ прежнего функционирования туристско-рекреационного комплекса страны, включая преобразование организационных структур; Существенные качественные и количественные изменения спроса на туристские услуги; Создание первого государственного органа в сфере туризма; Закрепление в законодательных документах понятия «социальный туризм».

Источник: составлено автором

Изучив отечественный опыт развития социального туризма, рассмотрим особенности функционирования системы предоставления льготных туристских услуг в зарубежных странах.

1.3 Исследование особенностей развития социального туризма за рубежом

Во многих государствах не уделяется должного внимания вопросу развития социального туризма ввиду его недостаточной экономико-социальной обоснованности. Данный институт рассматривается, в основном, с позиции финансовой нагрузки на государство, а социальные преимущества его развития становятся неочевидными из-за сложности их оценки при выделении из общих результатов социальной политики.

В рамках настоящего исследования повышенный интерес представляет анализ международного опыта организационно-экономического обеспечения социального туризма. Изучение особенностей функционирования успешных систем развития данного направления туризма в зарубежных странах позволит аккумулировать положительный опыт государств для оценки возможностей развития социального туризма в России.

В каждой стране механизм льготирования туристских услуг, а также сам термин «социальный туризм», находящиеся под воздействием множества факторов историко-культурного, политического и экономического характера, приобретают ряд специфических особенностей. Так, например, в Германии на формирование системы социального туризма значительное влияние оказал социалистический политический режим бывшей Германской Демократической Республики [119, с. 17; 126, с. 303], а становление организационно-экономического механизма социального туризма в Великобритании неразрывно связано с высоким уровнем развития благотворительной деятельности в британском обществе [143, с. 125]. На становление бельгийской системы социального туризма большое влияние оказали особенности административно-территориального деления и политическая структура страны, что привело к

формированию автономной системы во Фландрии, отличающейся высокой степенью развития по сравнению с остальными регионами.

Общая схема функционирования организационного механизма социального туризма в Европе представлена на рисунке 1.6.

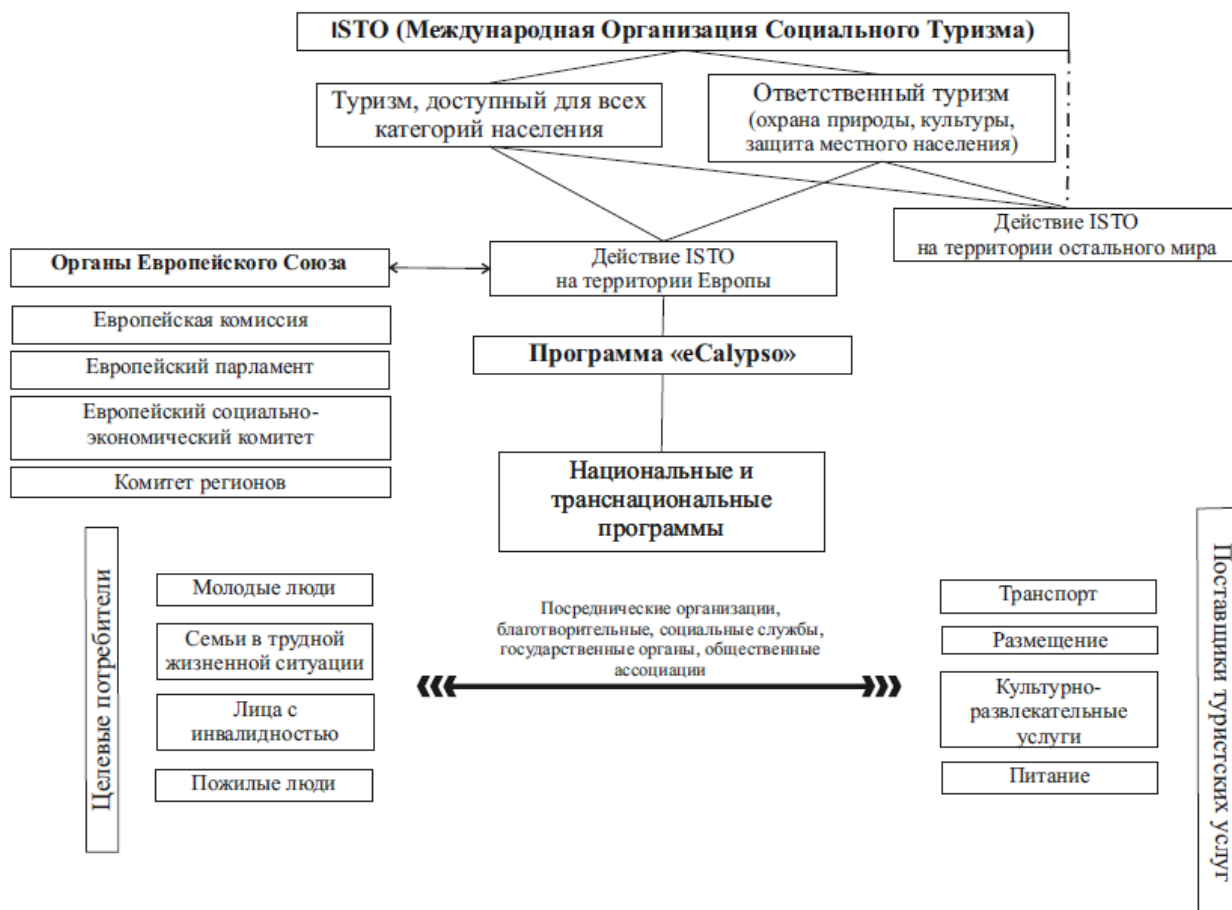


Рисунок 1.6 – Модель организации социального туризма в Европе

Источник: составлено автором на основе [13, 127]

В настоящее время ключевую роль в процессе взаимодействия основных участников социального туризма на межнациональном уровне играет созданная в 1963 Международная организация социального туризма, пропагандирующая концепцию ответственного и доступного туризма для всех категорий граждан [146, с. 77-78]. Она является одним из учредителей платформы eCalypso, направленной на оказание помощи социально незащищённым слоям населения

посредством продвижения межсезонного туризма по низким ценам. На базе eCalypso проводятся научные исследования социального туризма в Европе.

В рамках инициативы eCalypso в 2012 году была запущена веб-платформа социального туризма типа «B2B» (далее - STEEP), целью которой является содействие транснациональному туризму в Европе, увязывая предложение и спрос на турпродукт четырех целевых групп: молодежи, семей, столкнувшиеся с трудностями [113, с. 27], пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями [125, с. 101].

В ходе анализа научных трудов, посвященных явлению социального туризма в европейских странах, были определены два направления классификации действующих моделей социального туризма. Первое направление, основанное на выделении четырёх моделей социального туризма (включения (инклюзии), участия, адаптации и стимулирования), представлено в работе иностранных учёных (таблица 1.6).

Таблица 1.6 – Модели социального туризма, представленные в работе иностранных исследователей

Туристский продукт	Потребители	
	Только потребители льготных туристских услуг	Социальные туристы и прочие потребители туристских услуг
Стандартный продукт	Модель участия	Модель инклюзии
Продукт, разработанный специально для социальных туристов	Модель адаптации	Модель стимулирования

Источник: составлено автором на основе [134, с. 405-408]

Данное разделение позволяет структурировать модели по наличию на туристическом рынке страны специального разработанного для незащищённых категорий населения туристского продукта, а также по выделению социальных туристов в особую группу, отличающуюся характеристиками процесса принятия

потребительских решений, величиной покупательской способности, предъявляемыми требованиями к туристскому продукту.

Согласно отчёту ISTO на основе данных Евростата [13], в 12 из 27 европейских стран отсутствует чётко сформированная социальная политика в области социального туризма, несмотря на действующие программы или акции по повышению доступности туристских услуг [129-144]. Социальные механизмы в сфере туризма в каждой стране имеют свои характерные особенности, однако могут быть сгруппированы по следующим критериям:

- Уровень: национальный или региональный;
- Ответственный орган;
- Целевые группы;
- Цель программы;
- Схема финансирования.

Рассмотрим системы организационно-экономического обеспечения социального туризма в зарубежных странах.

Основной особенностью социального туризма в таких странах, как Франция, Венгрия, Швейцария, Италия и Румыния, является использование чеков в качестве платёжных средств туристов. Необходимым условием, при этом, ввиду большой финансовой нагрузки на государство, является высокая стабильность экономики [123].

Во Франции Национальным агентством отпускных чеков (далее – ANCV) реализуется специальная экономическая модель, направленная на увеличение числа туристических поездок социально уязвимого населения. ANCV выступает эмитентом отпускных чеков номиналом 10, 20, 25 и 50 евро в объёме, определяемом в соответствии с запросами государственных и общественных учреждений, коммерческих предприятий, социально-экономических комитетов. За выпуск чеков взимается комиссия в размере 1 %. Далее купоны реализуются среди работников и бенефициаров, которые затем используют их в качестве платёжного средства на предприятиях туристской направленности, входящих в

число участников системы ANCV. Впоследствии, эти предприятия обналичивают отпускные чеки в ANCV, уплачивая комиссию в размере 2,5%.

По данным годового отчёта ANCV, в 2019 году более 58 тысяч предприятий приобрели отпускные чеки для своих сотрудников или бенефициаров. При этом, 68,8% из них – коммерческие организации (рисунок 1.7).



Рисунок 1.7 – Структура предприятий, закупивших отпускные чеки в 2019 году

Источник: составлено автором на основе [117, 121]

Прирост числа коммерческих предприятий по сравнению с 2018 годом составил 52 %. Общий объём эмиссии составил 1,73 млрд евро.

С точки зрения заинтересованности предприятий, участие в ваучерной программе позволяет повысить привлекательность организации на рынке труда и укрепить корпоративную социальную политику. Отпускной чек служит значимым финансовым стимулом для работников [22, с. 49].

Модель отпускных чеков социального туризма, используемая во Франции, представлена на рисунке 1.8.

С точки зрения заинтересованности предприятий, участие в ваучерной программе позволяет повысить привлекательность организации на рынке труда и укрепить корпоративную социальную политику. Отпускной чек служит значимым финансовым стимулом для работников.



Рисунок 1.8 – Ваучерная модель социального туризма во Франции

Источник: составлено автором на основе [117, с. 40-44]

Финансирование отпускных чеков на предприятии реализуется тремя способами: за счёт средств работодателя, профсоюзного комитета или совместно. Первый способ может быть использован на предприятии с численностью персонала до 50 человек без профсоюзного комитета. При этом, взнос работодателя не может превышать определяемый на основе уровня заработной платы и семейного положения работника процент от полной стоимости отпускного чека. Этот процент устанавливается на уровне 50% от окончательной стоимости чека, если средний размер заработной платы бенефициаров в течение последних 3 месяцев выше, чем максимальный ежемесячный уровень взносов на социальное обеспечение, и 80%, если он ниже. Эти проценты могут быть увеличены на 5% на ребенка-иждивенца и 10% на ребенка-инвалида, до 15%.

Кроме того, общий годовой взнос работодателя не может быть больше половины действующего на 1 января текущего года уровня минимального размера оплаты труда, умноженного на общее количество сотрудников предприятия (получателей или не получателей чеков).

В случае финансирования отпускного чека профсоюзным комитетом, практикуются несколько вариантов:

- Профсоюз оплачивает всю стоимость чека.
- Профсоюз инициирует сбор средств на отпускной чек сотрудника среди всех членов коллектива.
- Профсоюз инициирует совместное накопление денежных средств для оплаты отпускного чека сотрудника среди всех членов коллектива в течение от 4 до 12 месяцев, по истечении которых работник доплачивает необходимую сумму и выкупает чек.

В случае совместного финансирования профсоюзного комитета и работодателя, сумма, уплаченная за чек, считается дополнительным вознаграждением сотрудника и подлежит уплате взносов в фонд социального страхования.

Помимо преследования основной своей цели, ANCV направляет часть средств, полученных от реализации отпускных чеков, на модернизацию туристских дестинаций и поддержку социальных туристов. В 2019 году на эти цели было направлено более 25 миллионов евро.

Повышение доступности туристских услуг в Швейцарии реализуется с 1939 года через систему REKA (касса путешествий), финансируемую Швейцарским туристическим фондом.

Отпускные чеки REKA, представляющие собой бумажные или электронные купоны, предназначены для оплаты туристских, развлекательных, транспортных, а также услуг общественного питания. Чеки REKA реализуются швейцарскими предприятиями своим сотрудникам со скидкой до 20% от их номинальной стоимости. При этом, подобные организации освобождаются от взносов на социальное страхование и подоходного налога.

Система REKA для сотрудников организаций выстроена следующим образом:

Предприятие, приняв решение об участии в программе, проходит регистрацию в онлайн-сервисе, формируя список сотрудников, который может быть дополнен впоследствии. REKA ежемесячно формирует выписки о проведённых платежах. После первого отчисления работнику отправляется пластиковая карта REKA. Плата за годовое обслуживание по карте REKA составляет 12 швейцарских франков.

Для предприятий, желающих быть включенными в сеть объектов приёма карт REKA, регистрация бесплатна. Комиссия взимается за каждую транзакцию и составляет 3% на REKA-Check и REKA-Rail и 2,5% на REKA-Lunch. Помимо дополнительного потока клиентов, предприятие получает возможность продвижения через каналы продаж системы REKA.

С точки зрения экономической выгоды для государства, система REKA обеспечивает устойчивость экономики Швейцарии, генерируя дополнительное потребление в размере 100 миллионов швейцарских франков в год. Кроме того, в рамках реализации программы REKA идёт активное строительство курортных зон вдали от оживлённых туристических территорий Швейцарии, что способствует развитию отдалённых районов страны. Причём, на туры по этим направлениям установлен особый режим ценообразования: для социально уязвимых категорий населения действуют значительные скидки вплоть до 100%.

Ваучерные модели Венгрии, Румынии и Италии имеют значительное сходство с изученными ранее системами. Так, в Венгрии за эмиссию и распространение отпускных чеков ответственен Венгерский национальный фонд отдыха, образованный в 1992 году.

В Румынии Национальной службой пенсионного и социального страхования (далее - CNPAS) реализуется специальная программа социального туризма для пенсионеров и пожилых людей с инвалидностью. CNPAS предоставляет пенсионерам отпускные чеки со скидкой или бесплатно при наличии инвалидности. Чеки можно использовать для оплаты 18-дневного

пребывания в СПА-отелях, принадлежащих непосредственно CNPAS и управляемых государственной организацией по санаторно-курортному лечению и восстановлению трудоспособности, либо в частных предприятиях, заключивших договор с CNPAS. Подобные контракты заключаются на год с победителями тендера.

Некоммерческая ассоциация Отпускных ваучеров Италии (далее – BVI) предусматривает использование чеков лишь семьями с низким уровнем дохода, пропорционально которому рассчитывается размер экономической помощи в оплате туристских услуг.

В ходе анализа ваучерной модели социального туризма был выделен ряд положительных и негативных характеристик, которые представлены в таблице 1.7.

Особенности ваучерной системы социального туризма в разных странах представлены в Приложении Б.

Таким образом, практика использования отпускных чеков в качестве инструмента льготирования туристских услуг демонстрирует возможность не только решения социальных проблем государства, но и повышения экономической эффективности развития социального туризма.

Льготирование туристских услуг в Англии и Бельгии осуществляется через взаимодействие трёх субъектов:

1. Инициатор – организация, осуществляющая координацию и контроль в рамках данного взаимодействия. Чаще всего, её деятельность финансируется за счёт государственных или благотворительных средств.
2. Социально ориентированные организации, осуществляющие непосредственный контакт с целевыми потребителями.
3. Туристские организации, включая объекты размещения, питания, культурно-развлекательные и транспортные предприятия.

В контексте данного взаимодействия, в Великобритании инициатором является некоммерческая ассоциация семейного отдыха (далее – FHA), способствующая повышению туристской доступности для финансово неблагополучных семей.

Таблица 1.7 – Преимущества и недостатки ваучерной модели социального туризма

	Характеристика	Описание
Преимущества	Самостоятельное формирование туристической поездки	Ваучерная модель предполагает свободный выбор потребителем направления отдыха, средства размещения, питания, культурно-развлекательных объектов. Туристы в данном случае самостоятельно принимают решения об использовании чеков в рамках перечня аккредитованных туристских организаций, получивших право приёма отпускных чеков в качестве платёжного средства.
	Высокая окупаемость государственных расходов по программе	С точки зрения экономических выгод в масштабе государства, установлено, что объём расходованных средств социального туриста за период путешествия превышает стоимость субсидирования отпускного чека вплоть до 4 раз [117, с. 37]. Кроме того, значительные суммы поступают в государственный бюджет в виде комиссионных, полученных от аккредитованных туристских организаций, принимающих оплату отпускными чеками. Часть полученных средств расходуется на создание инфраструктуры для развития социального туризма, а также на благотворительность.
	Налоговые льготы для предприятий	В рамках рассматриваемой модели очевидны также выгоды предприятий, формирующих накопления работников для последующей выдачи им отпускных ваучеров. Средства, расходованные предприятием на приобретение чеков, освобождаются от налогообложения.
Недостатки	Ограничения при использовании ваучеров (период использования, условия обмена)	Во Франции отпускные чеки, неиспользованные в течение двух лет, считаются просроченными и теряют свои платёжные свойства. В Швейцарии временное ограничение снято, однако неиспользованные чеки нельзя обменять обратно на франки. С точки зрения интересов обладателя чека, эту особенность следует отнести к недостаткам. В то же время, средства, полученные от неиспользованного чека, идут на благотворительные цели, либо чек передаётся лицам с ограниченными финансовыми или физическими возможностями для последующего его использования по назначению. Системой РЕКА допускается отказ предприятия-партнёра в выдаче сдачи франками при приёме чеков.
	Программа не охватывает наиболее уязвимые группы населения	К целевой потребительской группе ваучерной модели, в основном, относятся лишь лица, осуществляющие трудовую деятельность на предприятиях, участвующих в системе отпускных чеков. Данная программа лишь косвенно затрагивает основные социально незащищённые категории населения (дети, пенсионеры, лица с инвалидностью, безработные граждане, одинокие матери с детьми)

Источник: составлено автором

Деятельность FНА основана на идее, что отпуск способствует укреплению семейных отношений, улучшению здоровья членов семьи и повышению их общего удовлетворения с последующим положительным влиянием на общество в целом. FНА, основанная, в 1975 году и полностью финансируемая за счёт пожертвований организаций (40%), частных лиц (31%) и собственной деятельности, специализируется на предоставлении комплексных туров [65].

В 2019 году на отдых за счёт FНА отправилось более 4800 нуждающихся семей; прирост по сравнению с 2018 годом составил 26 %. Помощь получили более 10 600 детей и 7 800 взрослых. Реализация программы способствовала социальной инклюзии, стимулированию физической и социальной активности бенефициаров, формированию новых воспоминаний и дружеских отношений [141, с. 12].

Формирование системы социального туризма в Бельгии осуществлялось под влиянием административного деления Бельгии на регионы Фландрии, Валлонии и Брюсселя и разделение страны на католическую, либеральную и социалистическую группы [116, с. 9-12].

Во Фландрии ответственным за сферу туризма является министр юстиции и правоприменения, окружающей среды и территориального развития, энергетики и туризма Фландрии. Основными участниками рынка социального туризма в Бельгии являются как государственные, так и частными предприятиями, включающими в основном ассоциации и неправительственные организации, которые активно участвуют в продвижении своих собственных механизмов поддержки. Государственные объекты социального туризма активно сотрудничают с частным сектором. Большинство программ поддержки социального туризма охватывает все основные группы потребителей по классификации, предложенной eCalypso (молодые, пожилые люди, семьи, оказавшиеся в трудной ситуации, лица с инвалидностью [123]).

Основную роль в развитии социального туризма во Фландрии играет агентство Flanders Tourism (далее – FT), активно развивающее партнёрскую сеть «Каждый заслуживает отдыха», которая насчитывает более 2200 партнёров,

предоставляющих малообеспеченным туристам групповые или индивидуальные путешествия. В основе работы сети лежит концепция государственно-частного партнерства, представляющая собой мощный треугольник взаимодействия [116, с. 23], приводящий к плодотворному сотрудничеству всех участвующих сторон, а именно:

- Организации социальной поддержки малообеспеченных граждан (местные общественные организации) и «Rap or Star» – туристические агентства для людей с низким уровнем дохода, не связанных с какими-либо центрами социальной помощи;

- Туристские организации, предоставляющие скидки социально незащищенным группам на добровольной основе (не получают прямой финансовой компенсации за предлагаемые ими социальные льготы). Действуют таким образом для продвижения своего туристского продукта среди новой целевой категории потребителей или в рамках корпоративной социальной ответственности.

- Подразделение FT «Центр отпускного участия», выполняющее координационно-инициативную, перекрёстную функции, а также осуществляющее контроль качества социального туристского продукта.

FT реализует различные импульсные программы, направленные на развитие социального туризма. Так, в 2020 году уже во второй раз организован конкурс на получение грантов по внедрению инновационных способов повышения доступности туристских услуг. В прошлом году по итогам данного конкурса было поддержано 15 проектов на общую сумму более 440 тыс. евро [67].

Анализ моделей социального туризма Великобритании и Бельгии позволил выявить некоторые особенности, представленные в таблице 1.8.

Основной особенностью применяемого в Испании и Португалии механизма льготирования туристских услуг является возможность регулирования уровня спроса на них с учётом сезонной составляющей, что позволяет стабилизировать устойчивость развития туристских территорий, и обеспечивать окупаемость

государственных расходов на реализацию программы посредством повышения экономических показателей.

Таблица 1.8 – Положительные и отрицательные особенности модели «Партнёрский треугольник»

	Описание
Преимущества	При условии финансирования программы за счёт благотворительных средств решение части социальных проблем на национальном уровне достигается без увеличения расходов государственного бюджета на социальную политику
	Соблюдение принципа адресности социальной помощи, субсидирование туристских услуг для наиболее нуждающихся бенефициаров
Недостатки	Высокая финансовая нагрузка на государство при финансировании за счет бюджетных средств при неочевидных социально-экономических последствиях реализации программы;
	Финансовая неустойчивость модели при финансировании за счет средств благотворителей
	Недостаточная мотивация поставщиков туристских услуг, основанная на корпоративной социальной ответственности или стремлении расширить группу потенциальных потребителей

Источник: составлено автором

Систему социального туризма в Испании можно охарактеризовать высокой степенью вовлечения государственного сектора. Основной организацией, реализующей программы социально ориентированных туристских услуг, выступает Институт пожилых людей и социальных услуг (далее – IMSERSO) при испанском правительстве. IMSERSO функционирует с 1985 года, предлагая пожилым туристам услуги размещения в отелях по специальным ценам в низкий сезон. Изначально, выбор ограничивался 19 объектами размещения [141, с. 15]. Пик развития программы пришёлся на 2008-2009 годы, когда число отелей-партнёров возросло до 307. Несмотря на сокращение объёма финансирования программы на 30% в 2012-2013 гг. (с 102 млн евро до 75 млн евро), она продолжает функционировать.

Для участия в IMSERSO пенсионеры должны проживать в Испании и соответствовать возрастным критериям. Предлагаемый турпродукт включает обратный проезд, полный пансион, проживание в двухместных номерах в одном

из выбранных отелей, туристическую страховку, развлекательную программу. Субсидия составляет примерно 21% от общей стоимости [114, с. 8]. Наиболее популярные среди пожилых жителей месяцы для участия в программе – ноябрь и апрель [118, с. 17]. Кроме того, допускаются поездки в сопровождении другого человека (например, родственника), даже если он не подходит по критериям программы.

Подать заявку на участие в программе бенефициар может через аккредитованные уполномоченными корпорациями Mundisenior и Mundiplan туристические агентства (около 8100 точек продаж). Забронировать путёвку также можно на сайтах данных предприятий. Предприятия, осуществляющие деятельность в сфере туризма и желающие оказывать услуги участникам туристской программы IMSERSO, принимают участие в публичном тендере. В случае победы в тендере, предложения организации размещаются на платформах Mundisenior и Mundiplan [121, с. 54].

Основными целями реализации программы являются сокращение колебаний туристского спроса в межсезонье, создание рабочих мест, продвижение туристских дестинаций с октября по июнь [64]. Нестабильный уровень занятости населения является для Испании, туристская отрасль которой играет ведущую роль в экономическом развитии страны, крайне острой проблемой. Ввиду этого, на базе IMSERSO функционирует комиссия по мониторингу рабочих мест, созданных благодаря программе. По оценкам комиссии в 2018-2019 годах было создано более 73 тысяч новых рабочих мест как непосредственно в туристской сфере, так и в смежных с ней отраслях. Финансовая нагрузка на государство от реализации программы IMSERSO окупается за счёт сбора подоходного налога, НДС, экономии на пособиях по безработице и выплатах по социальному обеспечению.

В 2018-2019 годах доля субсидирования поездок IMSERSO составили примерно 20,73% от общей стоимости путёвок. При этом, IMSERSO финансируется министерством здравоохранения, социальной политики и равноправия Испании. Что касается взносов покупателей туристского продукта,

их сумма зависит от выбранного типа поездки (пляжный отдых, природный туризм и т. д.); района назначения; продолжительности поездки, включения оплаты транспорта, а также времени года, в котором совершается поездка [64]. Механизм функционирования программы IMSERSO представлен на рисунке 1.9.



Рисунок 1.9 – Модель организации социального туризма в Испании

Источник: составлено автором на основе [64; 141, с. 15-19]

Организацией туризма для молодых, пожилых людей, малообеспеченных семей и работников на льготных условиях в Португалии занимается фонд INATEL (далее – INATEL), подведомственный Министерству труда, солидарности и социального обеспечения [66]. Фонд также является одним из партнёров Международной организации социального туризма.

В собственности INATEL находится сеть объектов размещения, покрывающую 25 % объёма спроса на социально ориентированные туристские услуги.

Для того, чтобы стать партнёром программы INATEL прочим туристским предприятиям необходимо принять участие в тендере. Португальская система социального туризма предполагает отсутствие ограничений при приобретении туристских услуг, то есть забронировать номер в сети INATEL может любой желающий, однако при этом применяется система прогрессивного ценообразования [145, с. 33].

Стоимость тура рассчитывается пропорционально доходу потребителя, который должен быть документально подтверждён. В среднем INATEL компенсирует 45 % стоимости путёвки. Оставшуюся часть оплачивает потребитель туристской услуги.

Положительные и отрицательные особенности используемой в Испании и Португалии модели описаны в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – Преимущества и недостатки дестинационной модели

	Описание
Преимущества	Эффективный инструмент для решения экономических проблем на уровне туристской дестинации (стабилизация уровня занятости, потока туристов, активизация предпринимательской активности)
	Высокая окупаемость государственных расходов за счет снижения выплат по безработице, повышение налоговых поступлений (налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, подоходный налог)
Недостатки	Составление прогноза эффективности данной модели представляется крайне затруднительным ввиду недостатка статистической информации и сложности эмпирического получения необходимых данных
	Модель не является универсальной, поскольку может применяться только в регионах с высоким вкладом туризма в долю ВВП.

Источник: составлено автором

На основе проведённого анализа организационно-экономического обеспечения социального туризма в ряде зарубежных стран нами была

разработана классификация моделей социального туризма, включающая следующие группы:

1. Ваучерная модель социального туризма;
2. Модель социального туризма «Партнёрский треугольник»;
3. Дестинационная модель социального туризма.

В таблице 1.10 представлена сравнительная характеристика исследуемых моделей.

Стоит отметить, что при формировании механизма предоставления услуг социального туризма каждая страна исходит из своих потребностей и задач. Например, государства, использующие систему отпускных чеков, нацелены на повышения общего уровня доступности туристских услуг. Однако вопреки широким масштабам использования ваучерной модели социального туризма, в рамках данной системы не предусмотрены меры прямой поддержки наиболее уязвимых групп населения. В то же время, наиболее успешно данная функция реализуется в рамках модели партнёрского треугольника, которая, однако, требует больших затрат со стороны государства в случае пассивной благотворительной деятельности. Дестинационная модель может быть эффективна при условии высокого уровня развития социального обеспечения, поскольку подразумевает оплату большей части стоимости тура самим бенефициаром [132, с. 114]. Таким образом, модели, рассмотренные в настоящем исследовании, не универсальны. При совершенствовании системы социального туризма в России следует основываться на информации об имеющихся ресурсах и проблемах, на решение которых будут направлены внедряемые механизмы.

В результате, можно прийти к заключению, что социальный туризм, активно поддерживаемый на транснациональном уровне мировыми общественными организациями, для многих зарубежных стран является неотъемлемой частью социально-экономической политики, выступает эффективным инструментом решения острых социальных проблем и обеспечивает стабильность экономического развития.

Таблица 1.10 - Сравнительная характеристика моделей

	Ваучерная модель	Модель «Партнёрский треугольник»	Дестинационная модель
Страны	Франция, Венгрия, Швейцария, Италия и Румыния	Великобритания, Бельгия	Испания, Португалия, Аргентина, Чили
Уровень реализации	Национальный	Национальный либо региональный	Национальный
Ответственный орган	Эмитент чеков, наделённый государством соответствующими полномочиями	Автономный или государственный фонд – координатор программы	Организация, наделённая государством соответствующими полномочиями (IMSERSO в Испании)
Основные участники	Эмитент, предприятия-закупщики чеков, профессиональные союзы, предприятия туристской направленности, бенефициары	Организации социальной помощи, предприятия туристской направленности, бенефициары, учреждение-координатор	Предприятия туристской направленности, государственные учреждения, управляющее программой, бенефициары
Целевые группы	Работники (прямое воздействие), люди с ограниченными финансовыми или физическими возможностями (косвенное воздействие)	Семьи в трудной жизненной ситуации, малообеспеченные туристы	Граждане старше 65 (с исключениями)
Цель программы	Повышение доступности туризма среди широкого круга потребителей. Стимулирование экономической активности в туристской сфере.	Решение социальных проблем за счёт участия социально уязвимых групп в туристской активности	Решение экономических проблем на национальном и региональном уровнях посредством повышения доступности туризма среди отдельных групп населения.
Схема финансирования	Предприятия, закупая чеки у эмитента, платят ему комиссию. Работник с помощью профсоюза (при его участии) приобретает чек у работодателя и использует его для оплаты туруслуг	Фонд может финансироваться благотворителями или государством. Накопленные средства он расходует на оплату пакета туристских услуг бенефициара. Комиссионные отчисления туристских предприятий не предусмотрено.	Программа получает финансирование в форме бюджетных ассигнований и за счёт этих средств компенсирует туристам часть стоимости приобретаемого пакета услуг.
Степень финансовой нагрузки на государство	Умеренная (государство финансирует лишь часть стоимости турпродукта)	От минимальной (при поддержке благотворителей) до высокой (в случае государственного финансирования)	Высокая (без учёта экономических последствий программы)

Источник: составлено автором

Формирование современной концепции социального туризма происходило с учётом национальных политико-экономических и историко-культурных особенностей каждой страны. И хотя далеко не всё страны в настоящее время осознают необходимость развития социального туризма, наиболее успешные практики использования потенциала социального туризма иллюстрируют возможность использования данного института не только с целью обеспечения развития общества, социальной инклюзии и реализации права человека на отдых, но и для оживления экономики за счёт создания новых рабочих мест, снижения сезонных колебаний, привлечения дополнительного потока туристов, развития отдалённых территорий. Вместе с тем, при формировании организационно-экономического обеспечения развития социального туризма в России целесообразно исходить из национальных особенностей, интересов и потенциала нашей страны, избегая прямого копирования зарубежных моделей.

Таким образом, проведённый анализ развития социального туризма в России и за рубежом позволил выявить особенности функционирования различных моделей предоставления льготных туристских услуг, определить их преимущества и недостатки. Для разработки эффективного организационно-экономического механизма развития социального туризма необходимо провести анализ его современного состояния в России, а также разработать предложения и рекомендации по развитию социального туризма с учётом зарубежного и отечественного опыта.

Глава 2 Организационно-экономическое обеспечение развития социального туризма в России

2.1 Факторы развития социального туризма

Социально ориентированная туристская деятельность состоит из множества объектов смежных отраслей, связанных с туристической активностью путешественников, включая коллективные и индивидуальные средства размещения, организации общественного питания и пассажирских перевозок, страховые и медицинские компании, государственные учреждения по социальной защите населения, санаторно-курортные организации, операторов связи, центры по организации культурных, спортивных и развлекательных мероприятий, организации розничной торговли, образовательную систему и прочие организации, так или иначе связанные с социально направленной туристской деятельностью. Деятельность каждой из представленных групп участников рынка в той или иной степени оказывает влияние на социальный туризм, и в совокупности они составляют базу социально ориентированного туристского потенциала страны.

Функционируя как межотраслевой комплекс, социальный туризм находится под воздействием широкого разнообразия факторов социально-демографического, финансово-экономического, общественно-политического, историко-культурного характера. Исследование закономерностей развития социального туризма как сложной социально-экономической системы объективно необходимо для формирования эффективного механизма предоставления социально направленных туристских услуг.

Основу для формирования перечня факторов, оказывающих влияние на развитие социального туризма, составляют данные, полученные в ходе исследовательских работ Всемирной туристской организации (UNWTO), чьи

результаты, в основном, затрагивают вопросы развития устойчивого туризма. При этом, социальный туризм рассматривается как его составляющая. Согласно данным UNWTO, развитие устойчивого туризма может быть обеспечено за счёт формирования эффективной системы координации туристских предприятий, государственных органов, спонсоров, общественных организаций, исследовательских центров и международных сообществ. Взаимодействие этих участников позволит максимизировать социально-экономический вклад туризма и свести к минимуму его возможные негативные воздействия. Всемирная туристская организация выделяет 17 условий активного развития устойчивого туризма. Помимо вопросов защиты окружающей среды и социального равенства, к ним относятся разумное потребление и производство, развитие инноваций и инфраструктуры, достойный труд и экономический рост, развитие государственно-частного партнёрства, качественное образование, обеспечение справедливости и поддержание мира.

Изучение всей совокупности факторов представляется затруднительным ввиду их многочисленности. В рамках данного исследования выявим и проанализируем наиболее значимые факторы.

Степень влияния факторов на развитие социального туризма определим экспертным путём. В состав экспертной группы входят 33 специалиста туристской отрасли, имеющих опыт работы в туристской сфере Российской Федерации более 5 лет. Экспертам было предложено ранжировать 24 фактора, разделённые на 5 групп, по степени значимости их влияния на развитие социального туризма в стране (Приложение В).

Количественно значимость каждого фактора определена по следующей формуле:

$$I = (\sum_{i=1}^n (X_i * Y_i) / \sum_{i=1}^n X_i) * 100\% \quad (2.1)$$

где I — индекс значимости,

n — число вариантных ответов относительно влияния фактора на развитие социального туризма;

i — порядковый номер варианта ответа,

X_i — количество экспертов, указавших i -тый вариант ответа для фактора,

Y_i — весовой коэффициент, закрепленный за i -тым вариантом ответа.

Индекс I пронормирован от 0 до 100%, где 100% соответствует максимальному уровню значимости фактора. В зависимости от величины индекса значимости каждому фактору присвоена следующая оценка: «основной фактор», «значительный фактор», «незначительный фактор».

В таблице 2.1 представлены результаты ранжирования факторов развития социального туризма.

К наиболее значимым экономическим факторам развития социального туризма, по мнению экспертной группы, относятся уровень доходов потенциальных потребителей, уровень цен на социально ориентированные туристские продукты. Среди социально-демографических факторов эксперты выделяют наличие свободного времени у населения, демографический состав населения. Из материально-технических факторов наибольшее значение имеют транспортная и логистическая доступность туристских территорий, приспособленность туристского продукта под нужды социальных туристов, в том числе уровень доступности среды для лиц с ограниченными возможностями. Наиболее значимые политические факторы включают безопасность туристических поездок, политическую среду, уровень преступности и террористических угроз, политику здравоохранения и социальной защиты населения. Среди транзакционных факторов наибольший вес имеют уровень информационной доступности и издержки социальных туристов на прохождение бюрократических процедур для получения льгот на туристские услуги.

В рамках настоящего исследования рассмотрим некоторые из перечисленных факторов.

Говоря о туристской сфере в целом, можно утверждать, что фактор уровня доходов населения имеет основное значение в активизации спроса на туристский продукт. Чем выше уровень доходов, тем больше способность к приобретению туристических услуг.

Таблица 2.1 - Факторы развития социального туризма

Группа факторов	Фактор	Индекс значимости, I (%)
Экономические	уровень доходов населения	80,6
	уровень цен на социально ориентированный туристский продукт	60,4
	объём прямых инвестиций в сферу туризма	57,2
	объём государственных расходов на развитие социального туризма	50,1
	уровень экономического развития государства, в целом, и туристской дестинации, в частности	48,4
	уровень инфляции	45,0
	уровень развития социального предпринимательства	30,8
Социально-демографические	наличие свободного времени населения	79,5
	демографический состав населения	68,3
	качество жизни населения	64,3
	уровень социо-культурного развития граждан	42,0
	уровень урбанизации и субурбанизации населения	20,8
Материально-технические	транспортная и логистическая доступность туристских территорий	78,7
	приспособленность туристского продукта под нужды социальных туристов, в том числе уровень доступности среды для лиц с ограниченными возможностями;	63,4
	качество обслуживания, сервисное обеспечение, соответствующее международным стандартам	45,2
	использование инновационных технологий в социальном туризме	23,7
Политические	безопасность туристических поездок, политическая среда, уровень преступности и террористических угроз	58,8
	политика здравоохранения и социальной защиты населения	30,9
	политика государства в сфере социального туризма и социального предпринимательства	24,3
	состояние нормативно-правовой базы, регулирующей систему предоставления льготных социально ориентированных туристских услуги	15,9
Трансакционные	уровень информационной доступности	25,6
	объём затрат туристов на прохождение бюрократических процедур для получения льгот на туристские услуги	20,1
	объём административных и оппортунистических издержек социальных туристов	17,8
	объём затрат на рекламу социально ориентированного турпродукта и на проведение маркетинговых исследований	15,2

Источник: составлено автором

В теории туризма допускается положение, при котором развитие массового туризма наблюдается при достижении определенного уровня дохода на одного потребителя. Другими словами, уровень дохода должен быть выше того, который

необходим для обычного потребления. Это является естественным условием развития туристской сферы [16, с. 170].

Следует отметить, что исследование уровня доходов населения не должно ограничиваться текущими доходами домохозяйств. На формирование индивидуального туристического спроса могут также влиять сбережения, кредиты и займы населения. При анализе источников финансирования социально направленных туристских услуг к прочим также добавляются средства, полученные в рамках реализации программ государственной и иной поддержки (включая пенсии по инвалидности, дотации общественных организаций, льготные цены на санаторно-курортные услуги и прочее).

Основные источники финансирования социально направленной туристской активности граждан представлены на рисунке 2.1.

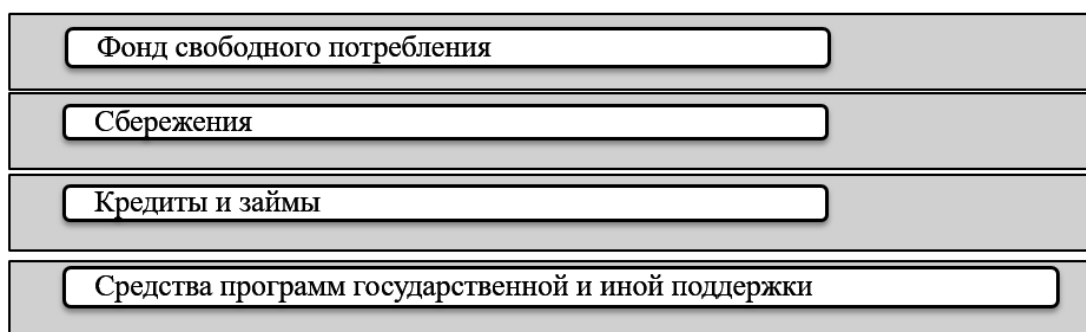


Рисунок 2.1 - Основные источники финансирования социально направленной туристской активности граждан

Источник: составлено автором

Логично предположить, что структура затрат социального туриста включает товары и услуги, отличные от набора покупок потребителя в постоянном месте проживания.

Существуют низкоэластичные группы товаров, спрос на которые остаётся неизменным даже во время туристических поездок [108, с. 167].

К таковым можно отнести, например, лекарства для туристов с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров, товары детской гигиены для путешествующих с детьми. Количественная оценка товаров и услуг,

формирующих сумму ежедневных расходов потребителей услуг социального туризма, представляется затруднительной ввиду ряда особенностей:

Объективные особенности вытекают из разнородности предлагаемых в различных туристских дестинациях товаров и услуг. Кроме того, на структуру расходов социальных туристов влияет так называемый фактор гибкости туриста, т. е. степень его приспособляемости к стилю и условиям жизни в новом месте.

Субъективные особенности возникают в связи с различиями в образе жизни каждой категории потребителей социально ориентированных туристских услуг. Так, туристы пенсионного возраста чаще отдают предпочтение более комфортному месту проживания с отдельными удобствами и включённым в стоимость питанием, нежели молодые туристы, зачастую выбирающие более бюджетные варианты размещения, такие как спальное место в общей комнате без дополнительных удобств [36, с. 444].

Для оценки зависимости туристской активности от уровня доходов и структуры расходов населения в 2021 году был проведён социологический опрос в форме анкетирования среди проживающих на территории Краснодарского края трудоустроенных граждан в возрасте от 18 до 60 лет. Цель опроса заключалась в определении взаимосвязи степени туристской активности, величины доходов и структуры расходов граждан. В анкетировании участвовало 570 респондентов. Ошибка выборки составила 8,1 %. Каждому участнику предлагалось заполнить анкету, форма которой представлена в Приложении Г.

Для структуризации полученных результатов, было проведено зонирование доходов населения (рисунок 2.2).

К первой зоне отнесены респонденты с ежемесячным доходом от 14 до 20 тыс. руб., ко второй – от 20 до 30 тыс. руб. В третью группу включены лица с доходом от 30 до 60 тыс. руб. в месяц, в четвёртую – свыше 60 тыс. руб.

Первая зона иллюстрирует ограниченные возможности осуществления туристской деятельности и в основном включает в себя респондентов с доходами в районе прожиточного минимума.

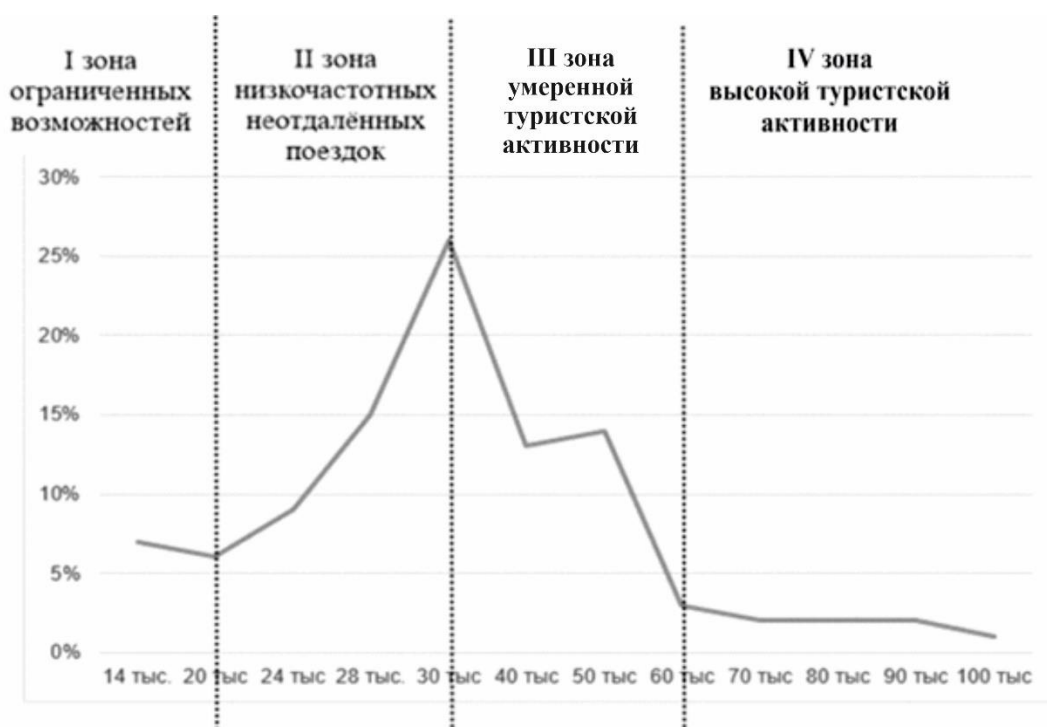


Рисунок 2.2 - Зонирование доходов и туристской активности населения

Источник: составлено автором

Целью большинства поездок этой категории является посещение родственников и друзей в соседних муниципалитетах и регионах. Причём, частота поездок крайне невелика и составляет до 1 поездки в год.

Основная часть респондентов второй зоны имеет возможность систематически совершать туристские поездки продолжительностью от 2 до 5 дней в близлежащие дестинации 1-3 раз в год. Финансовое обеспечение туристской активности достигается посредством накопления или получения заёмных средств.

Третья зона включает 23 % опрошенных, совершающих систематические туристические поездки преимущественно внутри страны, но имеющие возможность раз в 3-5 лет отправиться в зарубежное путешествие.

Наиболее малочисленная зона (7 %) – граждане с доходами выше 60 тыс. руб. наряду с внутренним туризмом предпочитают неоднократные зарубежные поездки. Среди российских направлений наибольший интерес представляют Черноморские курорты, Крым, Москва, Санкт-Петербург, Карелия, а также отдых на Байкале.

Далее для определения приоритетности туристской активности в общей структуре расходов потребителей респондентам было предложено определить основные направления расходов при появлении дополнительных финансовых средств в размере 20 % от доходов (рисунок 2.3).

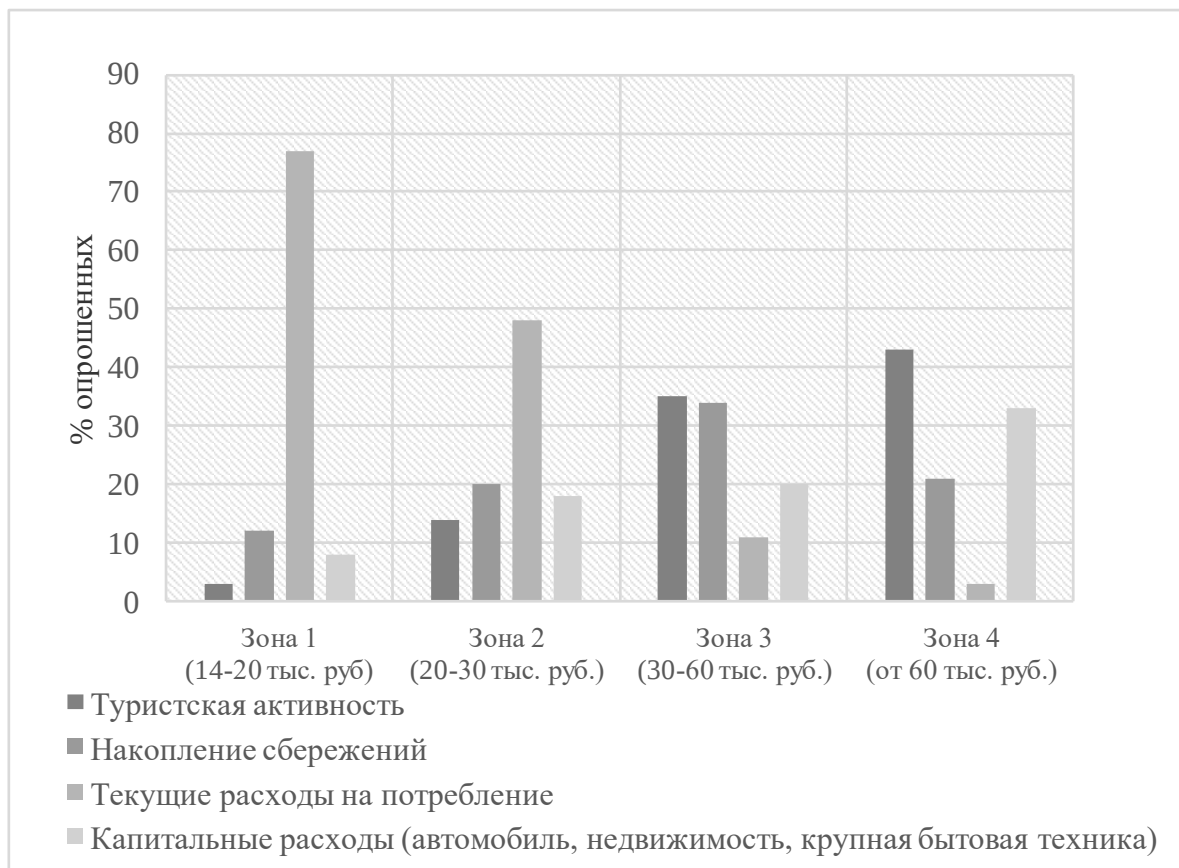


Рисунок 2.3 - Приоритетные направления расходов при появлении дополнительных финансовых средств (20 % от текущих доходов)

Источник: составлено автором

Полученные результаты, представленные на рисунке 2.3, иллюстрируют, что представители I и II зон не считают туристскую активность приоритетным направлением расходов. Дополнительный заработок они направляют на текущие потребительские расходы, капитальные затраты и накопление сбережений. III и IV группы, напротив, склонны расходовать дополнительные средства на туристические поездки, путешествия.

На основании полученных результатов можно выделить закономерности: степень туристской активности находится в прямой зависимости от величины доходов; при появлении дополнительных финансовых средств у граждан с

ежемесячным доходом до 30 тыс. руб. существует низкая вероятность их расходования на туристские услуги.

Для повышения социальной эффективности развития социального туризма необходимо разработать механизм адресной поддержки туристской активности населения. Для развития социального туризма важное значение имеет не только наличие свободного времени, но и структура его использования, характер досуговой деятельности. Виды активности, на которые человек расходует своё свободное время, становятся своеобразным индикатором, иллюстрирующим уровень развития общества, социальное самочувствие различных групп населения.

В соответствии с комплексной мотивационной теорией, к факторам выбора туризма в качестве направления использования свободного времени можно отнести баланс уровня возбуждения и расслабления. При высокой возбуждённости человек стремится к расслабляющим видам туризма (к примеру, пляжный туризм), и наоборот. К тому же, оптимальный уровень возбуждения зависит от личностных особенностей и предыдущей деятельности человека. Если она была сопряжена с большим количеством стрессовых ситуаций, то человек будет больше стремиться к спокойным видам времяпровождения [106, с. 254]. В таком контексте социальный туризм служит механизмом гармонизации индивидуума на социальном уровне.

Однако при анализе социально незащищённых слоёв населения описанную теорию можно оспорить вследствие большого количества ограничений. Так, например, ограниченная подвижность, низкий уровень дохода или социальная эксклюзия могут стать причиной изменения характера досуга независимо от уровня расслабления. Например, даже если человек с ограниченными возможностями здоровья ведёт пассивный образ жизни при низком уровне возбуждения, он при всём желании не имеет возможности заниматься активными видами отдыха. Причиной выбора того или иного направления туристской поездки для таких людей является стремление отвлечься от рутинных проблем,

встретиться с семьёй, восстановить силы после утомительных медицинских процедур.

Для лиц с инвалидностью характерен более низкий уровень дохода и высокий уровень безработицы по сравнению со сверстниками без ограничений по здоровью. Кроме того, инвалиды несут дополнительные расходы, которые напрямую связаны с их болезнью (например, страховка, медицинские расходы, специальное оборудование). Все эти обстоятельства обуславливают недостаточное участие людей с ограниченными возможностями здоровья в туристической деятельности.

При определении бюджета времени людей с инвалидностью, безусловно, большое значение имеют такие характеристики, как возраст, группа инвалидности, возможность трудоустройства, социальный статус, показатели физической активности и т.п. Очевидно, например, что инвалиды первой группы настолько «привязаны» к дому или больнице, что свободного времени, которое можно потратить на туристические поездки, у них просто не остаётся. Возраст приобретения человеком инвалидности можно условно разделить на 4 группы – до 16 лет, от 16 до 25 лет, от 25 до 60 лет, после 60 лет. Проведём сравнительную характеристику каждой из этих групп и определим особенности их времяпрепровождения (таблица 2.2).

Таблица 2.2 - Особенности распределения времени лиц с инвалидностью

Возрастная категория	Характеристика группы	Особенности бюджета времени
До 16 лет	Данная возрастная категория людей с ОВЗ характеризуется отсутствием самостоятельности, необходимостью в уходе. На данном этапе происходит формирование личности и её социализация. Недостаточная готовность детей с инвалидностью к успешной социальной интеграции связана не с их болезнью, а с «социальным вывихом», нарушающим связь ребенка с обществом и культурой, как источниками развития. Исправление «вывиха» происходит через освоение такими детьми многообразия	Большая часть времени (вплоть до 70 % от дневного бюджета времени) тратится у родителей, опекунов и детей на физический уход и медицинское обслуживание (гигиена, одевание, кормление, прием лекарств, терапевтические процедуры). Кроме того, данная категория уделяет время на образовательную и дополнительную деятельность (игры, чтение, разговоры). Семьям с детьми с тяжёлыми заболеваниями зачастую

Продолжение таблицы 2.2

	социальных ролей, их сущности, функциональных характеристик, использования в реальных ситуациях.	не остаётся ни времени, ни возможности осуществлять туристические поездки [135, с. 198].
16–25 лет	Возраст, в котором наличие ограничения жизнедеятельности нередко вызывает трудности жизнеобеспечения и общения, что может приводить к изменению ещё не полностью сложившейся личности, к социальной изоляции и к асоциальному поведению	Молодые люди с ограниченными возможностями тратят больше времени на досуг по сравнению со своими сверстниками, не имеющими инвалидности. Кроме того, инвалиды с ограниченными возможностями здоровья уделяют больше времени пассивному отдыху, а также меньше времени общественной деятельности. Социально-демографические характеристики, такие как возраст, семейное положение, количество детей и доход домохозяйства, являются сильными детерминантами времени, посвящённому активной, пассивной и социальной деятельности [133, с. 29]. При этом, туризм для данной группы является видом досуга, имеющим наиболее высокую корреляцию с уровнем удовлетворённости жизнью [136, с. 560].
26–60 лет	Более зрелые и самостоятельные люди, со сложившейся системой ценностей. В этом возрасте инвалидность заставляет пересмотреть ранее приобретенный опыт, формировать новые представления, осваивать новые навыки коммуникации в условиях ограничения жизнедеятельности	Сокращение времени, выделяемого на оплачиваемую работу, компенсируется увеличением времени, которое люди с инвалидностью посвящают другим задачам, таким как личный уход, лечебные процедуры, другие услуги (313 мин. в день). На ведение домашнего хозяйства представители данной группы тратят 684 мин. в день. Среднедневное свободное время составляет 380 минут., что на 42 % больше, чем у людей без ограниченных возможностей здоровья [137, с. 90].
Старше 60 лет	В данном случае социализация должна предусматривать набор социальных ролей и варианты социально-культурных форм активности.	Представители данной группы ежедневно тратят 5 часов свободного времени на такие занятия, как чтение, хобби и просмотр телевизора. Вид досуга также зависит от сезонных колебаний.

Источник: составлено автором на основе [133 - 137]

Рассматривая структуру использования свободного времени экономически активного населения, можно проследить тенденцию количественных и качественных изменений в характере досуга. Во-первых, отдых в последние годы приобретает более пассивный характер, чему активно способствуют глобализация, распространение Интернета и его проникновение в повседневную жизнь [72, с. 29]. Во-вторых, во многих странах наблюдается сокращение рабочего времени, причиной которому служит не только рост производительности труда, но и размывание структурных границ внутри социального времени [34], развитие мобильного Интернета, повсеместный переход на удалённый режим работы в связи с распространением коронавирусной инфекции.

Ввиду этого, значительно снижается качество использования свободного времени работников. Рост событийной насыщенности времени, отвлечение на потребление информации, постоянное общение в социальных сетях, в том числе и по рабочим вопросам, лишает человека возможности эффективно восстанавливать силы после трудового дня или в период отпуска даже при условии увеличения количества свободного времени [115, с. 73]. В связи с этим всё большее значение приобретает туризм как инструмент социализации личности, источник духовных и физических сил населения.

Что касается молодых людей, наиболее затратной по времени деятельностью является получение образования, на которое они тратят в среднем по 5 часов в день (при очном обучении). В зависимости от типа обучения и наличия дополнительных форм занятости (подработка, семейные заботы) свободное время студентов в день составляет от 1 до 6 часов в сутки [9, с. 88]. Рассредоточенность его в течение учебного года не позволяет осуществлять в это время туристические поездки за пределы места обучения. Однако в каникулярный период у студентов высвобождается значительная часть времени, которую они используют для различных видов социальной активности. Лишь небольшая часть молодых людей в этот период выбирают активные виды времяпрепровождения, включающие туристские поездки, походы, занятия физической культурой и

спортом, отдых в санаторно-курортных организациях и прочие активные виды деятельности [1, с. 213].

Не менее важным условием развития социального туризма является обеспечение транспортной доступности туристских дестинаций, представляющее собой удобство путешествия в целом и включающее наличие разнообразных транспортных средств, удобного расписания, высокую скорость движения и степень загруженности дорожной сети [44, с. 86].

В странах, обладающих развитой транспортной инфраструктурой, выбор типа перевозки при посещении той или иной дестинации определяется главным образом величиной преодолеваемого расстояния, а также личными предпочтениями и материальными возможностями туриста [42, с. 204].

Совершенно иная ситуация складывается в нашей стране. В российских условиях выбор типа перевозок у предпринимателя, осуществляющего разработку турпродукта, может быть серьёзно ограничен, а иногда может сводиться и к единственному варианту [112, с. 164]. Несовершенство логистической системы пассажирских перевозок в России ведёт к возникновению таких ситуаций, когда туристу, чтобы попасть в место отдыха, приходится осуществлять пересадку в более дальней точке и затем возвращаться в туристскую дестинацию на другом виде транспорта.

Описываемая проблема особенно обостряется, когда речь заходит об организации перевозок потребителей социального туризма – лиц с инвалидностью и ограниченной подвижностью, матерей с детьми, пожилых людей. Наиболее важными критериями удобства передвижения для данных групп туристов являются следующие:

1. Наличие адаптированных для перевозки лиц с инвалидностью средств транспорта (пандусы, электроподъёмники, дополнительные крепления и вспомогательное освещение, опознавательные знаки и система сигнализации). Кроме того, необходимо уделять внимание вопросу оказания помощи при передвижении по территории объекта транспортной инфраструктуры, посадке в транспортное средство и высадки из него [62, с. 93].

2. Наличие скоростного и высокоскоростного сообщения между местом жительства и туристской дестинацией, а также на её территории, поскольку для людей с ОВЗ длительные поездки являются крайне изнурительными и могут негативно сказаться на физическом и моральном состоянии туристов [42, с. 203].

3. Организация сквозных и мультимодальных («единый билет») перевозок, что зачастую осложняется невозможностью стыковки коммерчески выгодных маршрутов. Это, в свою очередь, препятствует увеличению скорости движения и повышению уровня комфорта передвижения лиц с ограниченными возможностями здоровья [29, с. 50].

4. Наличие достаточного количества парковочных мест для инвалидов в случае их передвижения на автомобиле [130, с. 34], а также наличие упрощённой системы получения разрешения на парковку туристов с инвалидностью, прибывших из других стран. В России требование о необходимости содержания парковочных мест для инвалидов предусмотрено Федеральным законом от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». В соответствии с ч. 9 ст. 15 Закона на каждой стоянке автотранспортных средств, в том числе около предприятий торговли, сферы услуг, медицинских, спортивных и культурно-зрелищных учреждений, выделяется не менее 10 % мест для парковки специальных автотранспортных средств инвалидов, которые не должны занимать иные транспортные средства.

5. Информационная доступность системы транспортных пассажирских перевозок на территории туристской дестинации. Наличие туристических стендов, содержащих информацию о передвижении пассажирского транспорта, интернет-сайтов с возможностью онлайн-бронирования, адаптированных для пользования лицами с инвалидностью и пожилыми людьми, позволит ускорить развитие социального туризма в России.

Важным фактором развития социального туризма является состояние туристской инфраструктуры, в том числе средств размещения, питания, объектов туристского показа.

В 2020 году санаторно-курортные организации насчитывали 1752 тыс. койко-мест с отрицательной динамикой в сравнении с предыдущим годом [70]. По данным Федерального агентства по туризму в 2020 году в России насчитывалось 27328 коллективных средств размещения. Из них количество гостиниц и аналогичных средств размещения составило 20410, а специализированных средств размещения – 6918 [80, с. 172].

На рисунке 2.4 представлены значения данных показателей за период с 2011 по 2020 год.



Рисунок 2.4 - Количество коллективных средств размещения
в РФ за 2011 – 2020 гг.

Источник: составлено автором на основе [91]

Поскольку потребителями услуг социального туризма являются молодые люди, пенсионеры, лица с ограниченными возможностями здоровья, семьи с финансовыми трудностями, объекты размещения, как и туристская инфраструктура в целом, должны соответствовать определённым требованиям [143, с. 132]. К таковым можно отнести формирование безбарьерной среды, создание физической и информационной доступности [85], оборудование медицинских оздоровительных и реабилитационных центров на базе объектов размещения, обучение персонала работе с целевыми потребительскими группами, создание дополнительных досуговых активностей с учётом интересов социально ориентированных туристов.

В большинстве санаторно-курортных организаций здания и помещения не приспособлены для передвижения и размещения маломобильных групп населения - только в 5 процентах санаторно-курортных организаций созданы условия для инвалидов. При этом, требование об оборудовании 5 % номеров в гостиницах, мотелях, пансионатах, кемпингах (при количестве номеров более 20) с учётом расселения инвалидов содержится в своде правил СП 59.13330.2020 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» [60].

Федеральное агентство по туризму также предоставляет данные о количестве объектов общественного питания в сфере туризма, включающие рестораны, бары, кафе, общедоступные столовые и закусочные. В 2020 году число таких объектов составило 123279. При этом, начиная с 2011 года наблюдается постоянный прирост данного показателя (рисунок 2.5).

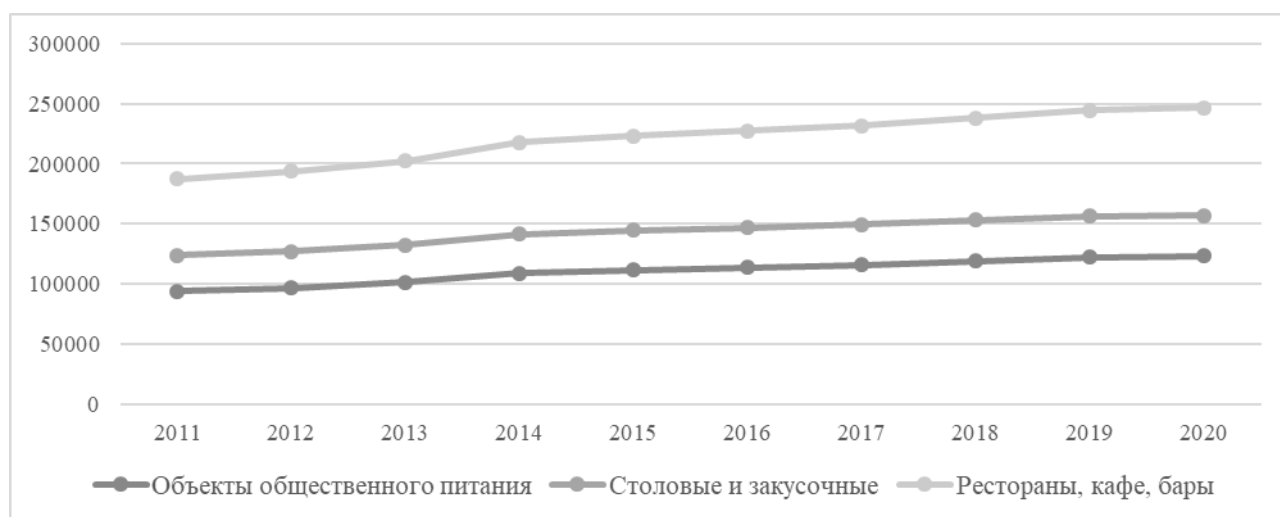


Рисунок 2.5 - Количество объектов общественного питания в сфере туризма, 2011 – 2020 гг.

Источник: составлено автором на основе [91]

Объекты общественного питания действуют в соответствии со статьей 15 Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», согласно которой организации обязуются обеспечивать инвалидам условия для беспрепятственного доступа к объектам, в которых им предоставляются услуги, а также возможность для беспрепятственного передвижения.

Одним из ключевых факторов развития социального туризма является динамика численности потенциальных потребителей.

По состоянию на 2021 год в России проживает 36903 тыс. пенсионеров, 25888 тыс. детей до 15 лет, 35053 тыс. молодых людей в возрасте от 15 до 35 лет [70], а также 10796 тыс. инвалидов [102]. На рисунке 2.6 представлена структура потенциальных потребителей социальных туристских услуг в России в 2021 году. При подсчёте было учтено возможное дублирование при пересечении потребительских групп.

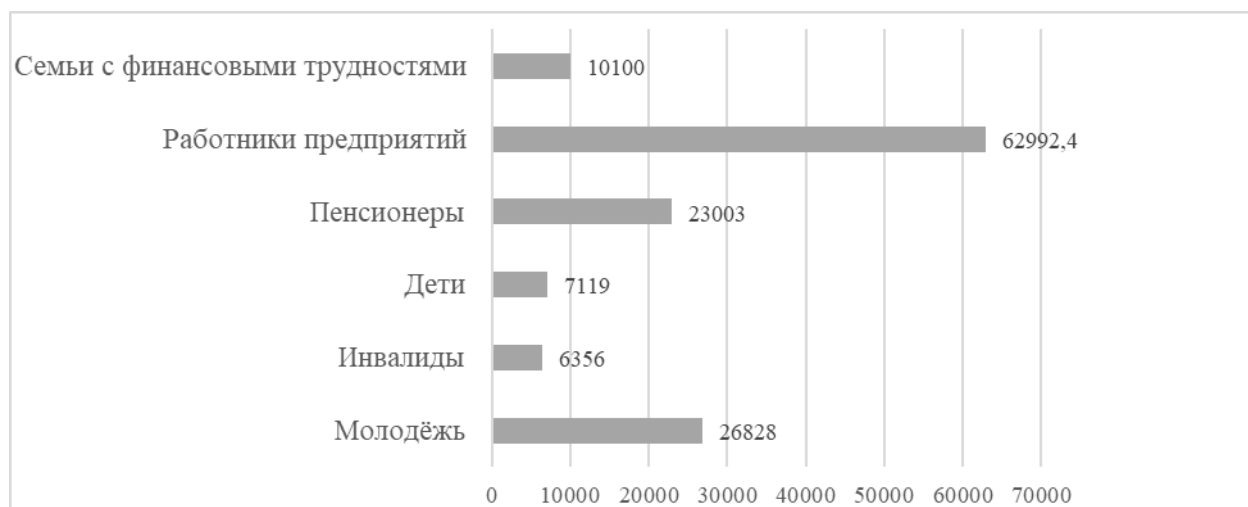


Рисунок 2.6 - Численность потребительских групп, тыс. чел.

Источник: составлено автором на основе [70, 102]

Показатели численности социально незащищённых слоёв населения в динамике последних пяти лет проиллюстрированы на рисунке 2.7.

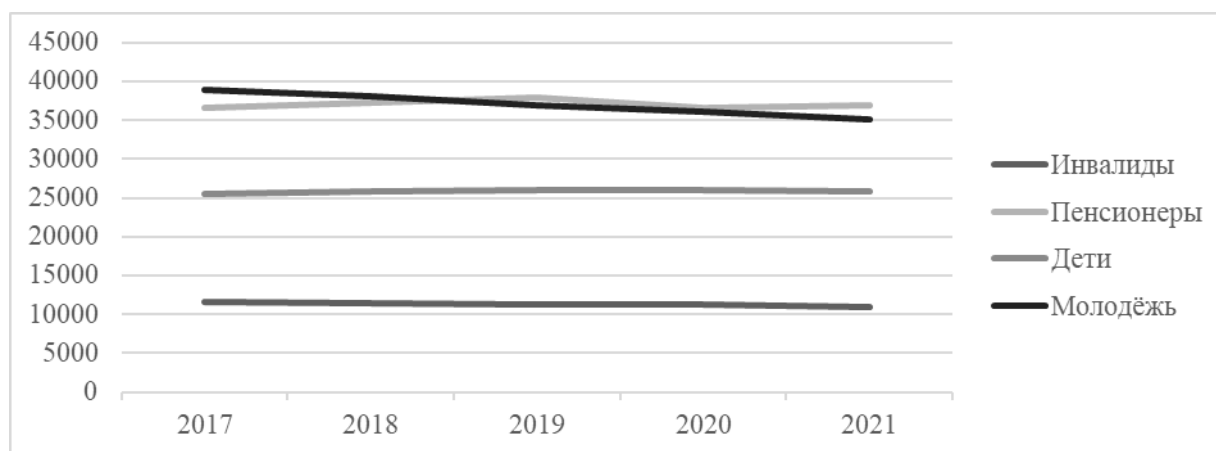


Рисунок 2.7 - Численность социально незащищённых слоёв населения в России за период с 2017 по 2021 год

Источник: составлено автором на основе [70]

По данным Росстата, численность занятых в Российской Федерации по состоянию на ноябрь 2021 года составила 72156,4 тыс. чел. На рисунке 2.8 данный показатель представлен в динамике за период 2017-2021 гг.

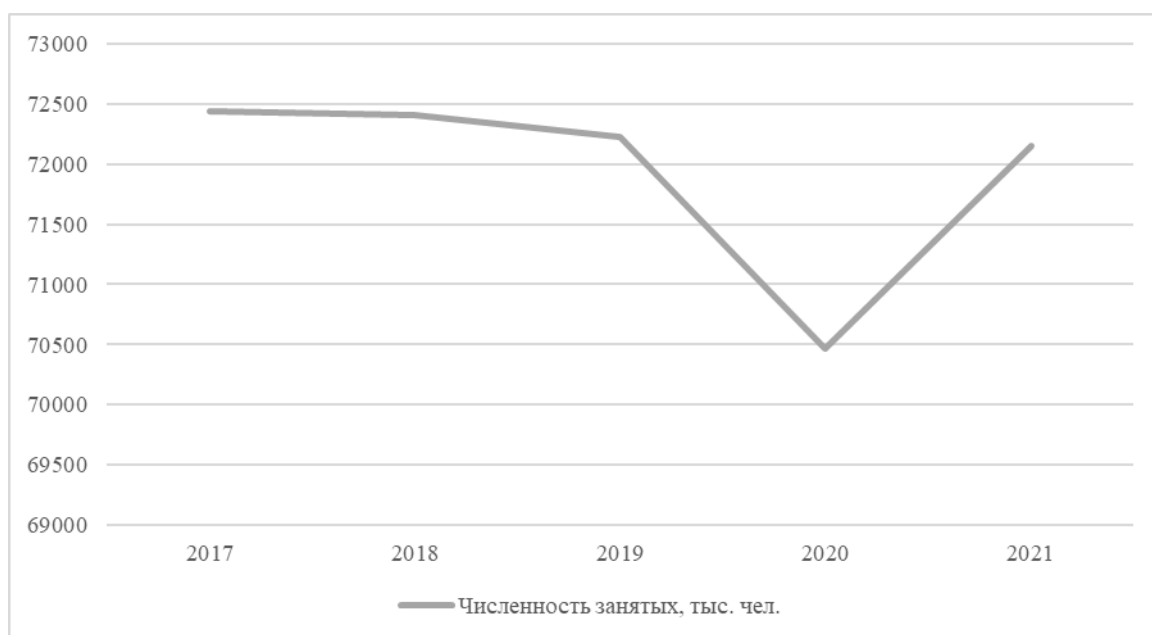


Рисунок 2.8 - Численность занятых в возрасте 15-72 лет в Российской Федерации с 2017 по 2021 год

Источник: составлено автором на основе [95, с. 93]

Как было отмечено ранее, развитие социального туризма во многом зависит не только от объема потребительской группы, желания и возможности потенциальных потребителей приобрести туристские услуги, но и от состояния инфраструктуры, степени её приспособленности к обслуживанию социально незащищённых туристов, уровня транспортной и информационной доступности. Необходимо также учитывать организационные, институциональные и финансовые аспекты при проектировании управленческих решений на всех уровнях. власти.

2.2 Исследование организационно-экономических проблем развития социального туризма

В настоящее время право отдельных категорий граждан на санаторно-курортное лечение, осуществляемое в целях профилактики основных заболеваний, а также право на бесплатный проезд к месту лечения и обратно, закреплены в федеральном законе «О государственной социальной помощи» как часть набора социальных услуг. Получить описанные услуги имеют право такие категории населения, как инвалиды (в том числе дети), участники ВОВ, ветераны боевых действий, а также члены их семей и прочие [47].

Для этого лицо, имеющее право на данную льготу, должно обратиться к лечащему врачу по месту жительства и при наличии медицинских показаний заполнить соответствующую справку. Далее необходимо со справкой, подтверждающими документами и заявлением обратиться в региональное отделение Фонда социального страхования РФ (далее – ФСС), которое затем сообщает о возможности предоставления реципиенту санаторно-курортной путёвки по заявленному профилю лечения.

Финансирование путёвок на санаторно-курортное лечение осуществляется в рамках действующего законодательства за счет средств, предусмотренных федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год и плановый период. Средства выделяются ФСС, Министерству здравоохранения РФ, Министерству труда и социальной защиты РФ. Поскольку предоставление путёвки рассматривается как часть набора социальных услуг, её стоимость определяется исходя из общей стоимости набора. Так, с 01.02.2022 стоимость ежемесячного набора социальных услуг составляет 1 313,44 руб., из них:

– 1 011,64 руб. - на лекарства, медицинские изделия, а также специализированные продукты лечебного питания для детей-инвалидов;

- 156,50 руб. - на санаторно-курортное лечение;
- 145,30 руб. - на проезд на пригородном железнодорожном транспорте, а также на междугородном транспорте к месту лечения и обратно [47].

Средства на предоставление гражданам путевок на санаторно-курортное лечение и проезд на междугородном транспорте к месту лечения и обратно направляются на:

- оплату стоимости путевок санаторно-курортным организациям, отобранным в соответствии с законодательством о контрактной системе в сфере закупок;
- оплату транспортным предприятиям расходов по предоставлению проезда граждан к месту лечения и обратно [52].

Кроме того, законодательством предусмотрено предоставление льготных путёвок в детский лагерь детям, относящимся к таким льготным категориям, как сироты, дети без опеки, дети из семей с доходом ниже прожиточного минимума, инвалиды, отличники, победители олимпиад, спортивных соревнований, творческих конкурсов. Перечень групп детей, имеющих право на получение путёвки в лагерь варьируется в зависимости от региона. Финансирование данных путёвок осуществляется за счёт регионального или муниципального бюджета.

С целью определения организационно-экономических проблем развития социального туризма проанализируем основные показатели, характеризующие доступность туристских услуг, в динамике с 2016 по 2020 год (таблица 2.3).

Таблица 2.3 – Динамика основных показателей, характеризующих доступность туристских услуг в Российской Федерации

Показатель	Годы				
	2016	2017	2018	2019	2020
Численность граждан, размещённых в коллективных средствах размещения, тыс. чел.	48 339	53 534	60 921	65 186	45 223
Численность граждан, размещённых в санаторно-курортных организациях, тыс. чел.	5 863	5 326	5 874	6 117	3 699
в т.ч. численность льготных категорий граждан ¹ , размещенных по путёвкам, тыс. чел.	245,6	233	250,2	268,4	173,2

Продолжение таблицы 2.3

Объем услуг санаторно-курортных организаций, млрд руб.	123,6	112,3	124,8	127,2	85,5
Число койко-мест в санаторно-курортных организациях, тыс.	446	429	434	437	439
Число номеров, приспособленных для проживания людей с ограниченными возможностями здоровья,	3804	4010	3550	3774	3523
Среднедневная стоимость проживания в санатории, руб.	2 675	2 793	2 912	3 089	3 042
Среднедневная стоимость проживания в пансионате, доме отдыха, руб.	1 839	1 869	1 889	1 950	2 009
Среднедневная стоимость проживания в гостинице, руб.	1 794	1 772	1 804	1 816	1 720

Источник: составлено автором на основе [70, 94]

Уровень обеспеченности туристскими услугами социально незащищённых слоёв населения, определяемый как отношение количества выданных путёвок к численности данных категорий, по состоянию на 2020 год составляет 1,6 %, на 2019 год – 2,4 %.

Для обоснования экономического ущерба от низкого уровня доступности туристских услуг был проведён анализ показателей расходов Фонда социального страхования на выплату пособий по временной нетрудоспособности и объёма услуг санаторно-курортных организаций за период с 2016 по 2020 год (рисунок 2.9).

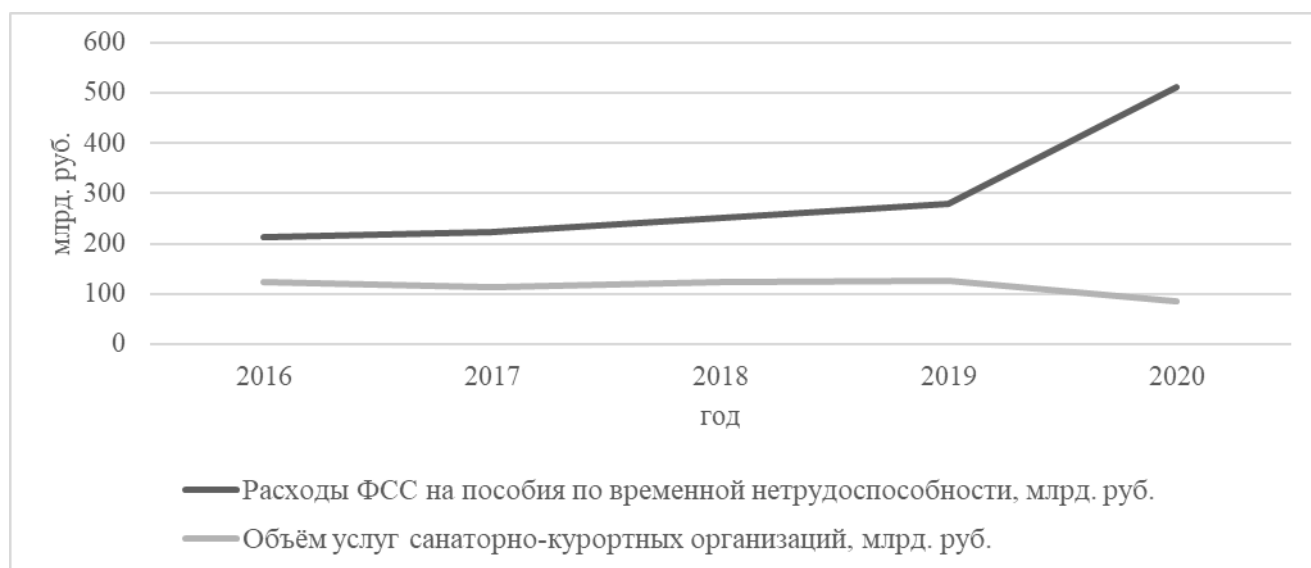


Рисунок 2.9 – Взаимосвязь объёма оказанных санаторно-курортными организациями услуг и расходов ФСС на компенсационные выплаты

Источник: составлено автором

На основе представленных данных был рассчитан коэффициент корреляции, равный 0,82, отражающий тесную взаимосвязь между показателями. Таким образом, повышение доступности туристских услуг за счёт развития социального туризма приведёт к снижению общего уровня заболеваемости населения, создавая условия для уменьшения нагрузки на консолидированный бюджет и внебюджетные фонды в части расходов на компенсационные выплаты.

Отдельного внимания заслуживает программа туристического кешбэка, инициированная правительством совместно с АО «Национальная система платежных карт». Целью Акции является стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристом туристской услуги. Финансирование осуществляется за счёт средств федерального бюджета, направляемых в виде субсидии акционерному обществу «Национальная система платежных карт» для возмещения части стоимости оплаченной туристской услуги. Координатором программы является Федеральное агентство по туризму. Размер выплаты составляет 20% от стоимости оплаченной туристской услуги, но не более 20 000 руб. за одну покупку [110].

Кроме того, в мае 2021 года Правительство Российской Федерации утвердило программу поддержки доступных внутренних туристских поездок в организации отдыха детей и их оздоровления через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги. Субсидия предоставляется за счет средств резервного фонда Правительства Российской Федерации [58]. По условиям программы возмещению подлежит 50% стоимости оплаченных путёвок в детские лагеря. Вернуть можно будет до 20 тыс. рублей [74].

Программа туристического кешбэка оказала значительный положительный эффект на региональные экономики. По оценкам экспертов дополнительные траты туристов во время поездки составили примерно столько же, сколько и расходы на само бронирование. За счет реализации программы в 2020 году регионы получили суммарно около 13 млрд рублей.

Итоги реализации 3 этапов программы туристического кешбэка представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Итоги реализации программы туристического кешбэка

Этап	Период реализации	Число граждан, воспользовавшихся программой	Сумма расходов туристов	Сумма возвращённых средств
Первый	21–28 августа 2020 г.	300 тыс.	6,5 млрд. руб.	1,2 млрд. руб.
Второй	15 октября 2020 г. – 5 декабря 2020 г			
Третий	18 марта – 15 июня 2021 г	1,5 млн.	27 млрд. руб.	5 млрд. руб.

Источник: составлено авторами на основе [110]

С 2015 года в России функционирует Ассоциация развития социального туризма (далее – АРСТ), деятельность которой направлена на создание условий для развития туризма для социально незащищенных граждан, а также на объединение существующих и планируемых концепций развития социального туризма в регионах РФ и соответствующих ведомствах [68].

Для реализации данных целей АРСТ организует рабочие группы, направленные на формирование специальных программ развития социального туризма по различным категориям, а также на реализацию инициативы «Социального туристического паспорта».

С АРСТ взаимодействуют федеральные и региональные органы исполнительной власти. Министерства и ведомства осуществляют координацию проектов по социальному туризму, получая, при этом, возможность внедрить их в существующие и планируемые программы развития соответствующих отраслей.

Таким образом, основными субъектами институциональной структуры социального туризма в России являются:

1. Государственные институты, осуществляющие регулирование сферы социального туризма, выполняющие функции планирования, финансового содействия, нормативно-правового обеспечения. К таковым можно отнести:

- Правительство и Федеральное Собрание Российской Федерации.
- Федеральное агентство по туризму Российской Федерации.
- Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации.
- Министерство здравоохранения Российской Федерации.

- Фонд социального страхования Российской Федерации.
- Медицинские учреждения по месту жительства льготных категорий граждан.

2. Негосударственные институты в сфере социального туризма, включающие:

2.1. Предпринимательские структуры:

- Предприятия, предоставляющие услуги размещения, питания, лечения, профилактики.
- Предприятия индустрии развлечений, туроперейтинга, экскурсионно-познавательные организации, туристические агентства, транспортные предприятия.
- Участники контрактной системы закупок (операторы электронных площадок; специализированные организации).
- Средства массовой информации.

2.2. Некоммерческие организации и общественные объединения, такие как Ассоциация развития социального туризма, благотворительные фонды, способствующие повышению доступности туристских услуг (БФ Владимира Потанина, БФ «Прометей»), Ассоциация социальных предпринимателей, профсоюзные организации.

3. Потребители услуг социального туризма, включая социально незащищённые слои общества и экономически активных граждан.

С точки зрения предпринимательства, социальный туризм направлен на повышение доступности туристских услуг за счёт использования инновационных бизнес-моделей и предпринимательских решений. Для их осуществления бизнес реализует туристский продукт на льготных условиях по сниженным ценам, принимая участие в государственных закупках и тендерах, претендуя на получение займов с низкой ставкой рефинансирования и грантов.

Так, например, в конце 2019 года Правительство РФ объявило о конкурсе на предоставление субсидий из федерального бюджета на грантовую поддержку общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие

внутреннего и въездного туризма, победители которого смогли получить до 3 миллионов рублей на реализацию своих проектов [59].

Выгода от осуществления социально ориентированной туристской деятельности не столь очевидна для туристских предприятий, обслуживающих массовых туристов. Она связана с высоким уровнем социальной ответственности бизнеса и низкими прямыми доходами. Дополнительные потоки прибыли в данном случае обеспечиваются, во-первых, сопутствующими доходами от экскурсионной деятельности, информационных, транспортных услуг, проведения корпоративных мероприятий и семейных торжеств, а во-вторых, за счёт государственной поддержки в виде субсидий, грантов, сниженной налоговой ставкой и прочего [14, с. 15; 105, с. 319].

Немаловажным аспектом исследования выступает анализ транзакционных издержек сферы социального туризма.

Виды транзакционных издержек социального туризма представлены на рисунке 2.10.

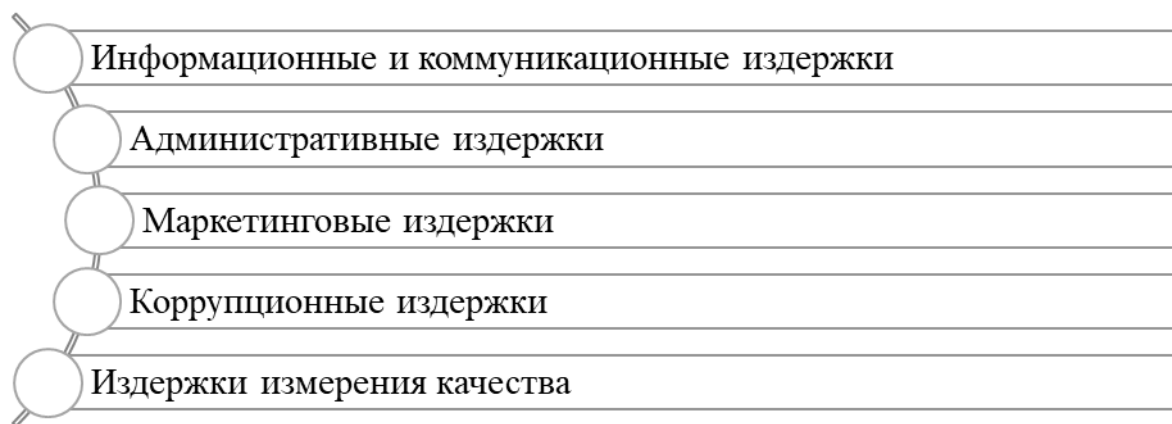


Рисунок 2.10 - Транзакционные издержки социального туризма

Источник: составлено автором на основе [104, с. 368-369]

Транзакционные издержки представляют собой затраты материальных и нематериальных ресурсов, включая временные, которые возникают в результате взаимодействия субъектов социально ориентированной туристской деятельности. Транзакционные издержки выступают идентификатором уровня развития института социального туризма [104, с. 367].

Информационные транзакционные издержки связаны с неполнотой, недостоверностью, недостатком информации об услугах социального туризма. Интернет-технологии предоставляют возможность минимизировать описываемый вид затрат. Однако их потенциал в России не используется по максимуму [109, с. 40]. Особенно актуальной данная проблемы является для таких категорий потенциальных потребителей социального туризма, как лица с ограниченными возможностями здоровья [88, с. 37].

Причём, информационный барьер не ограничивается сенсорным отсутствием возможности воспринимать визуальную, звуковую информацию или двигательными нарушениями, ограничивающими возможность пользования средствами связи и информации [89, с. 226]. Отказ от восприятия Интернета как дружественной среды и пространства для социализации ввиду сложности использования характерен не только для людей с инвалидностью, но и для пожилого населения страны, неблагополучных семей, а также жителей отдалённых регионов России.

В настоящее время отсутствует единый информационный портал, содержащий данные об условиях получения льготных туристских услуг, о наличии специализированных туристских продуктов, адаптированных под интересы и нужды потребительских групп [21, с. 25]. Несмотря на стремление властей к упрощению процесса получения государственных услуг путём создания Интернет-сервисов электронного правительства (в том числе Федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»), значительный ряд услуг, связанных с социально ориентированной туристской деятельностью остаётся недоступным к оформлению через Интернет.

Например, чтобы инвалиду получить путёвку в санаторно-курортное учреждение, необходимо отправиться в медицинское учреждение по месту жительства, получить у лечащего врача справку соответствующей формы, далее обратиться в ФСС с заявлением и подтверждающими документами. При этом, заявление в ФСС можно сформировать на сайте Госуслуг, но отправить его или

получить результат оказания услуги через данный электронный портал возможно лишь при наличии усиленной квалифицированной электронной подписи. При подписании документов простой электронной подписью, оказание услуги осуществляется при условии предоставления на бумажном носителе оригиналов документов [75].

В данном случае потребители услуг социального туризма сталкиваются с административным барьером, который следует рассматривать как препятствие в процессе осуществления административного взаимодействия потенциального потребителя льготной туристской услуги и государственного института, оказывающего соответствующий вид государственных услуг [45, с. 55]. Данный барьер обуславливает возникновение нормативных, рациональных и иррациональных транзакционных издержек пользователей государственной услуги получения путёвки в санаторно-курортное учреждение [12, с. 180].

Нормативные издержки выражаются в большом количестве нормативно-правовых актов, регулирующих процесс получения бесплатной путёвки на санаторно-курортное лечение, а также компенсацию стоимости проезда к месту лечения и обратно.

К рациональным издержкам потребителя анализируемой государственной услуги можно отнести расходы, связанные со сбором необходимых для получения путёвки документов (медицинская справка по форме 070у, оформленное в соответствии с требованиями заявление, усиленная цифровая подпись).

Иррациональные издержки, будучи конрпродуктивными, в данном случае выражаются возможным ухудшением физического или психического здоровья, материального положения потенциального потребителя льготных туристских услуг ввиду продолжительного периода оформления путёвки на санаторно-курортное лечение [15, с. 217].

Наглядным примером успешного преодоления информационно-административных барьеров при получении льготной туристской услуги является механизм возврата части стоимости туристической поездки по России в рамках реализации программы туристического кешбэка. В данном случае государству

удалось значительно упростить процесс перечисления средств туристам – список условий включает всего несколько пунктов: условие о минимальном числе ночёвок, периоде отдыха, единовременной оплате по карте «Мир» и её предварительной регистрации в программе лояльности. Кроме того, для приёма вопросов потребителей был создан контактный центр, в котором лишь с 5 октября по 5 декабря 2020 года было обработано 9 089 звонков и 44 562 письменных обращений [73].

Маркетинговые транзакционные издержки предполагают расходы на маркетинговую деятельность, включающие затраты на изучение рынка услуг социального туризма, его структуризацию, выбор сегментов рынка, приемлемых для туристского предприятия, разработку системы входа на рынок и реакции на действия конкурентных предприятий, расходы на разработку политики ценообразования, рекламу.

Коррупционные издержки в сфере социального туризма в основном проявляются в предоставлении необоснованных бесплатных или льготных путёвок на санаторно-курортное лечение или детские лагеря. Кроме того, несмотря на создание правительством эффективной системы контрактных закупок, встречаются случаи проведения коррупционных тендеров или государственных заказов. Их признаком может быть завышенная или заниженная цена на путёвку, нереалистичное техническое задание, объединение нескольких несвязных лотов в один, намеренное некорректное внесение данных в единую информационную систему.

Кроме того, меры по предотвращению коррупционной деятельности в сфере туризме принимаются Федеральным агентством по туризму. Так, им был утверждён перечень должностей, замещение которых связано с коррупционными рисками, а также перечень функций Ростуризма, при реализации которых наиболее вероятно возникновение коррупционных рисков. К ним относятся функции государственного заказчика федеральных, целевых, научно-технических и инновационных программ и проектов в туристской сфере, функции по формированию и ведению единого реестра туроператоров, по информированию

туроператоров, турагентств и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности в месте временного пребывания, а также функций по хранению и распределению материально-технических ресурсов [50].

Отличительной особенностью транзакционных издержек измерения качества социально ориентированных туристских услуг является наличие нескольких подходов, а именно технический, функциональный и этический подходы. Если технические и функциональные показатели вполне очевидны (наличие лицензий, соответствие условий обслуживания требованиям потребительских групп, качеств питания, оборудования гостиничного номера и т.п.), то этическую составляющую специализированного турпродукта определить сложнее. К ней относят мнение общества и конкретного потребителя о качестве туристского обслуживания и возможности достижения цели туристической поездки. Говоря о социально незащищённых группах потребителей туристских услуг одним из ключевых критериев качества становится умение идентифицировать потребности и ожидания клиентов, понимание их проблем.

В 2020 году автором было проведено социологическое исследование посредством анкетирования и интервьюирования 3 групп респондентов: потребителей туристских услуг, представителей органов государственной, региональной власти и производителей товаров и услуг туристской сферы, имеющих опыт работы в сфере туризма более 5 лет, в общем количестве 463 человека. Ошибка выборки составила 6,8 %. По результатам исследования были выявлены основные проблемы социального туризма, в том числе:

- Недостаточно проработанная законодательная база института социального туризма.
- Отсутствие единого механизма государственной поддержки социально ориентированных туристских предприятий.
- Низкий уровень развития социального предпринимательства.
- Высокий уровень транзакционных издержек.
- Низкий уровень заинтересованности туристских предприятий в оказании льготных услуг отдельным категориям граждан.

– Низкий уровень координации участников институциональной среды социального туризма.

С целью преодоления выявленных организационно-экономических проблем необходимо разработать комплекс эффективных обеспечительных мер, которые будут положены в основу механизма развития социального туризма. Важность разработки подобных мер обуславливается эффективностью развития социального туризма, методика оценки которой представлена в следующем параграфе.

2.3 Оценка социально-экономической эффективности социального туризма

Социально-экономическую эффективность развития социального туризма следует рассматривать с позиции его многостороннего воздействия на сферу туризма и смежные с ней отрасли экономики, что позволяет учитывать не только прямые последствия его развития, но и оценивать проявление косвенных эффектов.

Потребители услуг социального туризма расходуют средства в объектах размещения, питания, показа, транспортных предприятиях, что выражается в прямом проникающем воздействии на экономику. В свою очередь, туристские предприятия нуждаются в поставке разнообразных товаров и услуг, необходимых для бесперебойной работы. Генерация дополнительной экономической активности в смежных секторах обуславливает появление косвенного воздействия социального туризма.

Совокупность прямых и косвенных эффектов приводит к накоплению дополнительных доходов населения туристской дестинации в форме заработной платы, которая затем расходуется на покупку товаров и услуг, генерируя новую волну экономической активности. Несмотря на то, что экономическая выгода

является основной движущей силой туристского развития, социальный туризм, в первую очередь, призван выполнять важные культурно-познавательную и духовно-нравственную функции, способствовать оздоровлению нации, повышению уровня жизни населения, достижению общегосударственных целей.

Социальный туризм охватывает широкий перечень потребительских групп, каждая из которых обладает специфическими особенностями и характеристиками, оказывающими влияние на поведение потребителей на каждом этапе приобретения и потребления туристских услуг.

Для оценки степени воздействия потребительских решений туристов на социально-экономические изменения было решено провести рейтинговую оценку с использованием метода экспертных оценок. В состав экспертной группы вошли специалисты туристской отрасли, имеющие звание кандидата экономических наук и опыт работы в сфере туризма от 5 лет, в количестве 26 человек. Все участники были разделены на 2 группы по 13 человек.

Для проведения исследования был выбран метод «Дельфи», основанный на анонимности и заочном участии с использованием сети Интернет. Исследование проходило в 2 этапа. На первом этапе каждому участнику был отправлен бланк, в котором предлагалось расставить группы потребителей социального туризма в градации от большего к меньшему по различным критериям (Приложение Д), а именно:

- по доле расходов на туристские услуги в общем объёме расходов
- по величине покупательской способности;
- по продолжительности отдыха в одном месте;
- по предпочтению к покупке товаров и услуг местных предприятий во время отдыха;
- по предпочтению к отдыху в межсезонье;
- по предпочтению к повторному посещению туристской дестинации;
- по необходимости в сопровождении во время путешествия;
- по степени заинтересованности в новых туристских продуктах и услугах.

После получения результатов первого опроса данные были сгруппированы. Было рассчитано среднее значение по каждому критерию в первой и второй группах. Полученные значения второй группы были показаны участникам первой группы, и наоборот. На втором этапе участникам было предложено скорректировать первоначальные ответы ввиду их различий со средними значениями. После этого, нами были проанализированы результаты повторного опроса и вычислено среднее значение в каждой группе экспертов. По окончании второго этапа разброс оценок снизился, и был достигнут заданный критерий остановки. Результат определился как среднее оценок, полученных в финальном раунде. Результаты описываемого исследования представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Оценка влияния потребительского поведения туристов на социально-экономическое развитие туристской дестинации

Условия социально-экономического развития	Потребительские особенности	Категория социально ориентированных туристов				
		Молодые люди	Пожилые люди	Лица с ОВЗ	Финансово неблагополучные семьи	Экономически активные граждане
Увеличение объёма продаж туристских услуг	Доля расходов на туристские услуги в общем объёме расходов	2	3	4	5	1
	Величина покупательской способности	3	2	4	5	1
	Продолжительность отдыха в одном месте	2	4	1	5	3
Стимулирование местных производителей	Предпочтение к приобретению товаров и услуг местных предприятий во время отдыха	2	4	3	5	1
Сокращение сезонных колебаний	Предпочтение к отдыху в межсезонье	4	1	2	3	5
Увеличение туристского потока	Предпочтение к повторному посещению туристской дестинации	4	2	1	5	3
	Необходимость в сопровождении во время путешествия	4	2	1	3	5
Продвижение новых туристских дестинаций и продуктов	Заинтересованность в новых турпродуктах и услугах	1	5	3	2	4

Источник: составлено автором

Потребительское поведение различных категорий туристов по-разному влияет на социально-экономические показатели туристской отрасли. Сокращение сезонных колебаний туристского спроса возможно благодаря развитию туризма пожилых людей и лиц с инвалидностью. Продвижению новых туристских дестинаций способствует увеличение молодёжных туристских потоков. Комплексное развитие социального туризма приведёт к снижению негативных последствий от безработицы, сезонных колебаний спроса и усилению положительного эффекта за счёт увеличения налоговых поступлений [34; 38, с. 12], повышения вклада туризма в ВВП на фоне общего оживления экономики.

Результаты экспертной оценки влияния потребительских особенностей на социально-экономические показатели представлены на рисунке 2.11.

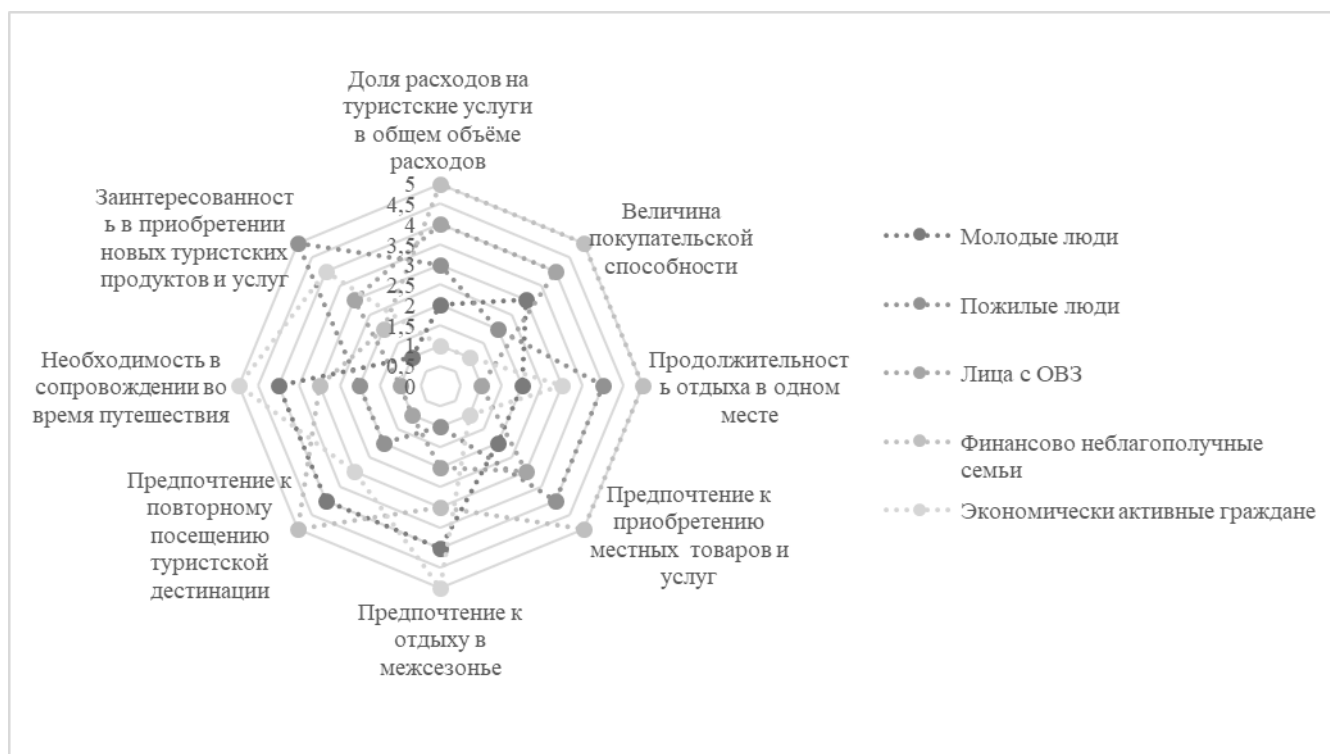


Рисунок 2.11 - Влияние потребительских особенностей на социально-экономические показатели туристской дестинации

Источник: составлено автором

С целью анализа структуры туристских расходов автором был проведён анкетный опрос 966 респондентов из числа самостоятельных туристов, отдыхавших в городе Сочи в период с мая по октябрь 2021 года. Ошибка выборки

составила 7,7 %. Участникам предлагалось указать продолжительность туристской поездки, состав семьи, объём и долю расходов по различным направлениям во время путешествия (Приложение Е). На основе их ответов была определена структура туристского потребления по предприятиям различных сфер обслуживания (рисунок 2.12).



Рисунок 2.12 – Структура расходов самостоятельных туристов города Сочи

Источник: составлено автором

Таким образом, наиболее значимыми видами деятельности с точки зрения вклада в экономику дестинации являются отели, гостиницы и прочие объекты размещения, транспортные предприятия, развлекательные и культурные объекты, предприятия общественного питания.

Логично предположить, что структура затрат социально ориентированного туриста включает товары и услуги, отличные от набора покупок потребителя в постоянном месте проживания. Однако существуют низкоэластичные группы товаров, спрос на которые остаётся неизменным даже во время туристических поездок. К таковым можно отнести, например, лекарственные препараты для туристов с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров, товары детской гигиены для путешествующих с детьми. В связи с этим, структура расходов социально ориентированных туристов будет отличаться от

представленной выше в сторону увеличения удельного веса затрат на медицинские услуги для пожилых людей и лиц с инвалидностью, на товары повседневного потребления для семей с детьми, на посещение развлекательных объектов для молодёжи.

Представленную на рисунке 2.12 структуру можно условно разделить на 3 группы туристских услуг:

- Основные туристские услуги (размещение, транспорт, питание);
- Дополнительные туристские услуги (экскурсионное обслуживание, посещение культурно-развлекательных объектов);
- Сопутствующие туристские товары и услуги (услуги связи, медицинские услуги, товары потребления, сувенирная продукция, услуги проката и прочее).

Исходя из предложенной классификации, структуру туристских расходов можно представить в следующем виде (рисунок 2.13).

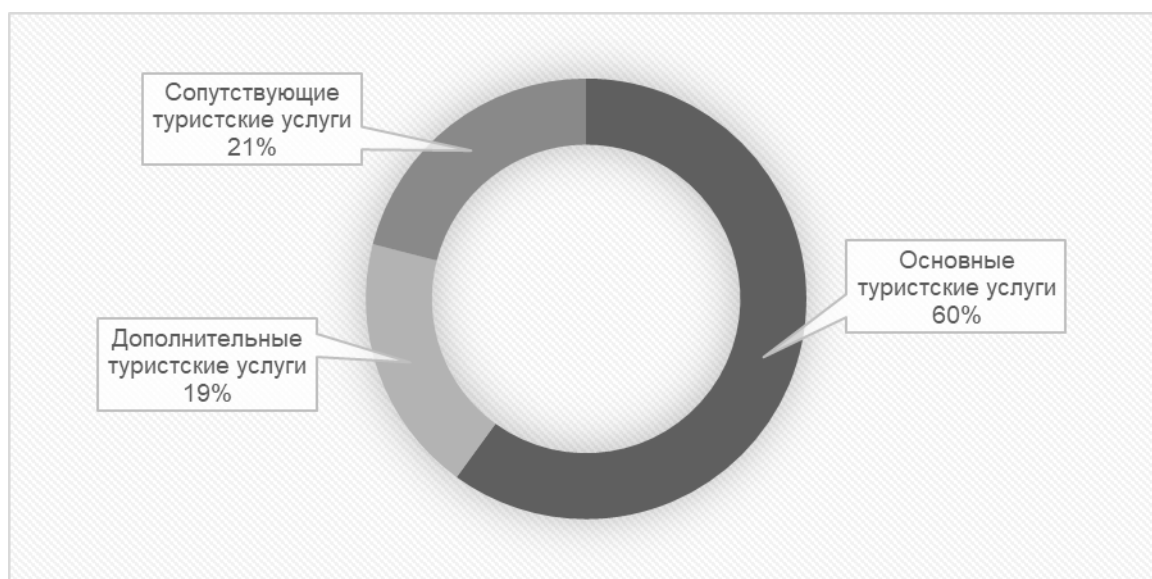


Рисунок 2.13 - Структура туристских расходов по видам предоставляемых услуг

Источник: составлено автором

При формировании организационно-экономического механизма предоставления льготных туристских услуг отдельное внимание следует уделить оценке бюджетной эффективности вложений в развитие социального туризма. Без

тщательного расчёта экономических показателей и принятия взвешенного решения о целесообразности введения той или иной системы льготирования туристских услуг государство может столкнуться с проблемой низкой окупаемости инвестиций в данную сферу.

Под бюджетным эффектом в данном случае понимается превышение совокупного дохода консолидированного бюджета в виде налогов и взносов над расходами по предоставлению льготных туристских услуг.

Для оценки бюджетного эффекта в качестве доходов рассматриваются уплачиваемые в бюджет налоги и взносы, представленные в таблице 2.6. К расходам бюджетных средств в рамках настоящего исследования следует относить прямые дотации на предоставление льготных туристских услуг.

Таблица 2.6 - Налоги и взносы, учитываемые при расчёте бюджетной эффективности

Вид налога/взноса	Усреднённая величина ставки, %
Налог на прибыль	20
Налог на добавленную стоимость	20
Налог на доходы физических лиц	13
Взносы в ПФР	22
Взносы в ФСС	2,9 + 0,2
Взносы в ФОМС	5,1

Источник: составлено автором на основе [46]

Величину бюджетных доходов от развития социального туризма можно представить в виде формулы:

$$Д_б = ВВ * k_m * [k_{\pi} * t_{\pi} + (k_{\pi} + k_{зп}) * t_{ндс} + k_{зп} * (t_{ндфл} + t_{вф})], \quad (2.2)$$

где $Д_б$ – доходы бюджетов всех уровней, включая налоговые поступления и перечисления из внебюджетных фондов, связанные с развитием социального туризма;

$ВВ$ – объём валовой выручки от реализации туристских услуг;

k_m – коэффициент мультипликатора туристской сферы;

k_{π} – коэффициент, отражающий долю прибыли в валовой выручке туристских предприятий;

t_{π} – усреднённый коэффициент ставки налога на прибыль;

$k_{зп}$ - коэффициент, отражающий долю расходов на оплату труда работников в валовой выручке туристских предприятий;

$t_{ндс}$ - усреднённый коэффициент ставки налога на добавленную стоимость;

$t_{ндфл}$ - усреднённый коэффициент ставки налога на доходы физических лиц;

$t_{вф}$ – усреднённый коэффициент тарифной ставки отчислений во внебюджетные фонды.

Абсолютную величину бюджетного эффекта можно представить следующим образом:

$$БЭ_{абс} = Д_б - (ВВ * k_{дс}), \quad (2.3)$$

где $БЭ_{абс}$ - величина бюджетного эффекта в стоимостном выражении;

$k_{дс}$ – коэффициент, отражающий долю дотационных средств в общем объёме туристских затрат.

Коэффициент бюджетной эффективности можно представить в виде формулы:

$$БЭ_{отн} = \frac{Д_б}{ВВ * k_{дс}}, \quad (2.4)$$

где $БЭ_{отн}$ – коэффициент бюджетной эффективности развития социального туризма.

Апробируем предложенную методику расчёта бюджетной эффективности на примере реализации льготной санаторно-курортной путёвки. Для этого примем объём валовой выручки от реализации туристских услуг равным 60760 руб. при средней продолжительности санаторно-курортного лечения 14 дней [70]. Используемые значения показателей t определены Налоговым кодексом Российской Федерации. В ходе анализа научных исследований, посвящённых вопросу мультипликативного воздействия туристской сферы [17, с. 58; 27, с. 66; 92, с. 91], было определено усреднённое значение коэффициента туристского мультипликатора, а также коэффициентов, отражающих долю прибыли и расходов на оплату труда туристских организаций.

Исходные данные для расчёта представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Исходные данные для расчёта бюджетной эффективности развития социального туризма.

	Показатель							
	k_m	k_{Π}	$k_{зп}$	$k_{дс}$	t_{Π}	$t_{ндс}$	$t_{ндфл}$	$t_{вф}$
Значение показателя	3,5	0,2	0,4	0,79	0,2	0,2	0,13	0,302

Источник: составлено автором

Используя представленные данные, рассчитаем величину бюджетных доходов от развития социального туризма:

$$D_6 = 70773,25 \text{ руб.}$$

В рамках расчёта бюджетного эффекта предполагается, что государственные дотации покрывают величину расходов туристов на основные и дополнительные туристские услуги, доля которых в общем объёме туристских затрат, определённая ранее, составляет в совокупности 79%.

Отождествив величину туристских затрат с объёмом валовой выручки туристских предприятий, получаем абсолютную величину бюджетного эффекта:

$$БЭ_{абс} = 70773,25 - (60760 * 0,79) = 22772,85 \text{ руб.}$$

Произведём расчёт коэффициента бюджетной эффективности:

$$БЭ_{отн} = \frac{70773,25}{60760 * 0,79} = 1,47$$

Таким образом, представленный расчёт показывает, что при оказании туристам дотационной поддержки в размере 1 руб. государство получает 1,47 руб. доходов в форме налоговых поступлений и взносов во внебюджетные фонды с учётом мультипликативного воздействия туризма.

Одним из ключевых критериев оценки развития социального туризма является социальная эффективность. Общественная значимость бюджетных вложений определяется влиянием результатов развития социального туризма на социальную, экологическую обстановку, рынок труда, потребительских товаров, земли, капитала.

Показатели социальной эффективности учитывают общие социально-экономические последствия развития социального туризма. В их число входят

внеэкономические эффекты в сфере туризма и смежных с ней отраслях экономики [18, с. 25]. Большинство из них не допускают количественного учёта, поэтому следует провести качественную оценку их влияния. С данной точки зрения, можно говорить о повышении уровня жизни населения, социальной интеграции социально незащищённых слоёв населения, росте доходов, увеличении количества рабочих мест, развитии социальной инфраструктуры.

Коэффициент социальной эффективности может быть рассчитан по формуле:

$$СЭ = \frac{\sum_1^n k_n}{n} \quad (2.5)$$

где СЭ – коэффициент социальной эффективности;

k_n – коэффициент, отражающий социальное воздействие социального туризма;

n – число коэффициентов k .

Для расчёта коэффициента социальной эффективности можно использовать следующие показатели социального воздействия:

- прирост рабочих мест, созданных в результате развития социального туризма;
- уровень заболеваемости населения;
- средняя продолжительность жизни населения;
- уровень социальной напряженности в обществе [103, с. 96];
- уровень доходов населения.

Представленный перечень показателей социальной эффективности не является исчерпывающим и может быть впоследствии расширен.

Предложенная методика расчёта бюджетной и социальной эффективности может служить эффективным инструментом оценки воздействия социального туризма на социально-экономическое развитие государства при соблюдении ряда условий:

1. Достоверность и надёжность исходных данных;
2. Приоритетность количественной оценки над качественной;
3. Максимальный учёт воздействующих факторов;

4. Учёт динамичности параметров.

Таким образом, эффективность социального туризма выражается в прямом и косвенном воздействии на социально-экономическое развитие на муниципальном, региональном и федеральном уровнях, проявляющееся в изменении таких показателей, как уровень доходов и занятости населения, сокращение сезонных колебаний, общее оживление экономической активности, снижение социальной напряжённости в обществе [107, с. 105].

Далее, для определения организационной структуры управления и характера взаимосвязи участников системы, разработаем организационно-экономический механизм наряду с предложениями и рекомендациями по обеспечению эффективности развития социального туризма.

Глава 3 Формирование организационно-экономического механизма развития социального туризма

3.1 Разработка организационно-экономического механизма развития социального туризма

В настоящее время в России понятие социального туризма ограничено социально обеспечительным характером его воздействия, а роль государства сводится, в основном, к финансовому обеспечению разрозненных мероприятий по повышению доступности туристских услуг. При этом, слабая поддержка предпринимательства в данной сфере обуславливает низкую степень заинтересованности бизнеса в продвижении льготных туристских услуг. В условиях рыночной экономики, повышенной напряжённости в обществе, снижения вклада туризма в экономику страны на фоне распространения коронавирусной инфекции разработка эффективного организационно-экономического механизма формирования и развития социального туризма должна стать приоритетной задачей государства.

В наиболее общем виде, под механизмом в научной литературе принято понимать внутреннее устройство, систему чего-либо, а кроме того, комплекс состояний и процессов, из которых складывается какое-либо явление [11, 24, 97]. Механизм, как утверждается, состоит из определенных звеньев и соединений, предназначенных для обеспечения функционирования чего-либо [97, с. 96].

В «Современном экономическом словаре» Райзберг Б.А. и Лозовский Л.Ш. под экономическим механизмом понимают совокупность организационных структур, конкретных методов управления и правовых норм, благодаря которым реализуются экономические законы и процессы воспроизводства в конкретных условиях [39, с. 593; 83, с. 370]. Американский исследователь из Миннесотского университета Леонид Гурвиц в экономическом механизме видит структуру,

моделирующую институты, через которые осуществляется руководство и координация экономической деятельностью [126, с. 292]. Чаленко А.Ю. кратко характеризует экономический механизм как совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, а также их регулирование [100, с. 28].

Организационно-экономический механизм обычно трактуется немного шире. По мнению Удальцовой Н.Л., он определяется как совокупность организационно-экономических структур и уровней управления, которые включают в себя законодательные, финансово-экономические и организационно-административные методы воздействия [97, с. 97]. Анисимов Ю.П. видит в таком механизме целостную систему «взаимосвязанных и строго упорядоченных определенным образом организационных и экономических мероприятий», с помощью которых возможно осуществлять определенный вид деятельности [5, с. 38]. Коваленко И.И. и Соколицын А.С., ссылаясь на других авторов, описывают организационно-экономический механизм, исходя из категорий теории управления, представляя его как «совокупность правил воздействия субъекта управления на объект» с целью достижения у объекта устойчивого развития «с использованием методов и инструментов, технологий и устоявшихся практик» [24, с. 184].

Говоря о взаимосвязи организационно-экономического механизма и управления, Пыткин А.Н. и Хисамова А.И. утверждают, что механизм управления можно представить «как совокупность организационного и экономического механизмов» [82, с.11], а формирование и развитие экономических механизмов «всегда связано с функционированием различных организационных систем» [82, с.12].

Несмотря на все многообразие трактовок и определений понятия «организационно-экономический механизм», большинство ученых сходится во мнении, что данный механизм представляет собой как систему, так и регулятор. Расхождения начинаются при определении компонентов этой системы, что влечет различия в описании структуры механизма.

Под организационно-экономическим механизмом обеспечения развития социального туризма будем понимать совокупность экономических, организационных и институциональных методов и инструментов воздействия на федеральном, региональном и муниципальном уровнях власти на систему управления социальным туризмом таким образом, чтобы взаимодействия всех организационно-экономических структур обеспечивали эффективное функционирование системы предоставления льготных туристских услуг, учитывая её особенности, в том числе социальное значение.

Таким образом, первым этапом разработки организационно-экономического механизма является выявление целей развития социально ориентированного туризма, которое целесообразно провести методом построения «Дерева целей».

Использование принципа декомпозиции при его построении даст чёткое представление о структуре необходимых действий, упростит процесс планирования и разработки стратегии, а также наглядно продемонстрирует возможные способы достижения основной цели.

Основываясь на принципах целеобразования, выделим совокупность основных целей разработки организационно-экономического механизма развития социального туризма.

При этом, цели должны соответствовать критериям чёткости, измеримости и конкретности. После формулирования наиболее приоритетной цели и целей более низкого порядка, целесообразно построить «дерево целей» (рисунок 3.1), представляющее собой структурированную и ранжированную совокупность целей.

Цель наивысшего уровня может быть достигнута только при достижении целей более низкого порядка. Развитие социального туризма выступает генеральной целью разрабатываемого организационно-экономического механизма.

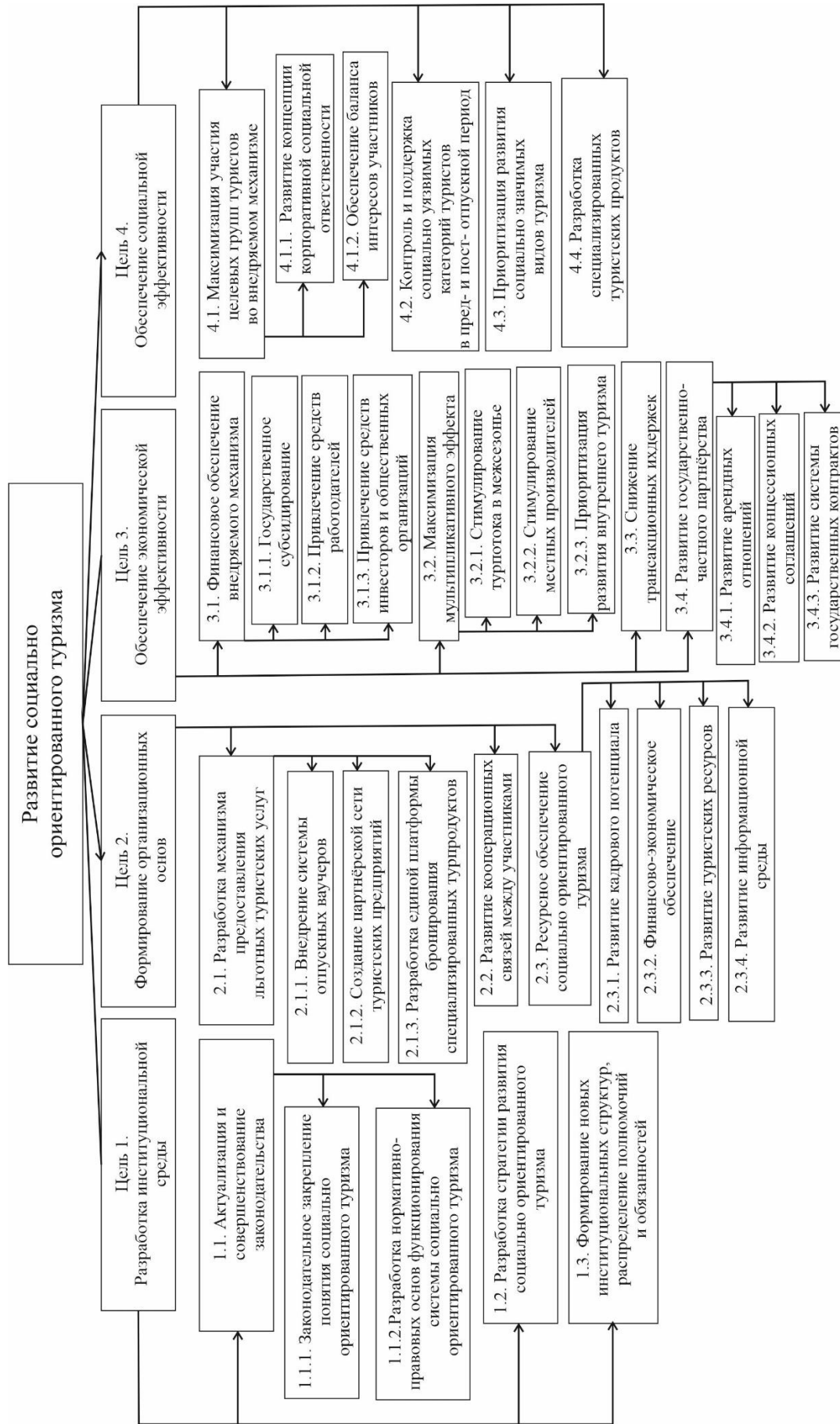


Рисунок 3.1 - «Дерево целей» развития социально ориентированного туризма

Источник: составлено автором

Одним из важных принципов разработки механизма развития социального туризма является соблюдение сбалансированности интересов каждой категории участников (таблица 3.1).

Таблица 3.1 - Система интересов участников социального туризма

Участники социального туризма	Интересы участников
Государственные органы	Рост налоговых поступлений, диверсификация региональной экономики, повышение вклада туризма в ВРП, снижение уровня безработицы, снижение общественной напряжённости
Предпринимательский сектор	Привлечение дополнительного потока потребителей, получение государственной поддержки и льгот, обеспечение круглогодичной работы предприятия
Некоммерческие организации	Достижение целей деятельности организации в соответствии с возложенной миссией
Потребители	Повышение доступности, качества, разнообразия туристских услуг

Источник: составлено автором

Эффективное взаимовыгодное сотрудничество участников социального туризма может быть достигнуто при сохранении равновесного состояния социальных и экономических интересов субъектов. Причём, заинтересованность каждой из сторон носит изменчивый характер, что требует периодической корректировки баланса и дополнительных согласований. Согласованность интересов всех участников выражается в появлении синергетического эффекта от взаимодействия и кооперации, общего роста социально-экономической эффективности социального туризма.

Немаловажным вопросом при рассмотрении социального туризма в контексте устойчивого развития является учёт интересов принимающего сообщества, которые могут проявляться в качестве жизни, сохранении объектов наследия, других культурных и природных ресурсов [94, с. 142].

Структура социального туризма представлена на рисунке 3.2.



Рисунок 3.2 - Структура социального туризма

Источник: составлено автором

Модель организационно-экономического механизма развития социального туризма, представленная на рисунке 3.3, отражает его структурное представление и содержание и может быть использована для достижения максимальной эффективности развития исследуемого направления туризма.

Основой организационно-экономического механизма социального туризма является организационная структура управления, представляющая собой совокупность звеньев и уровней, взаимосвязанных между собой на вертикальном и горизонтальном уровнях.

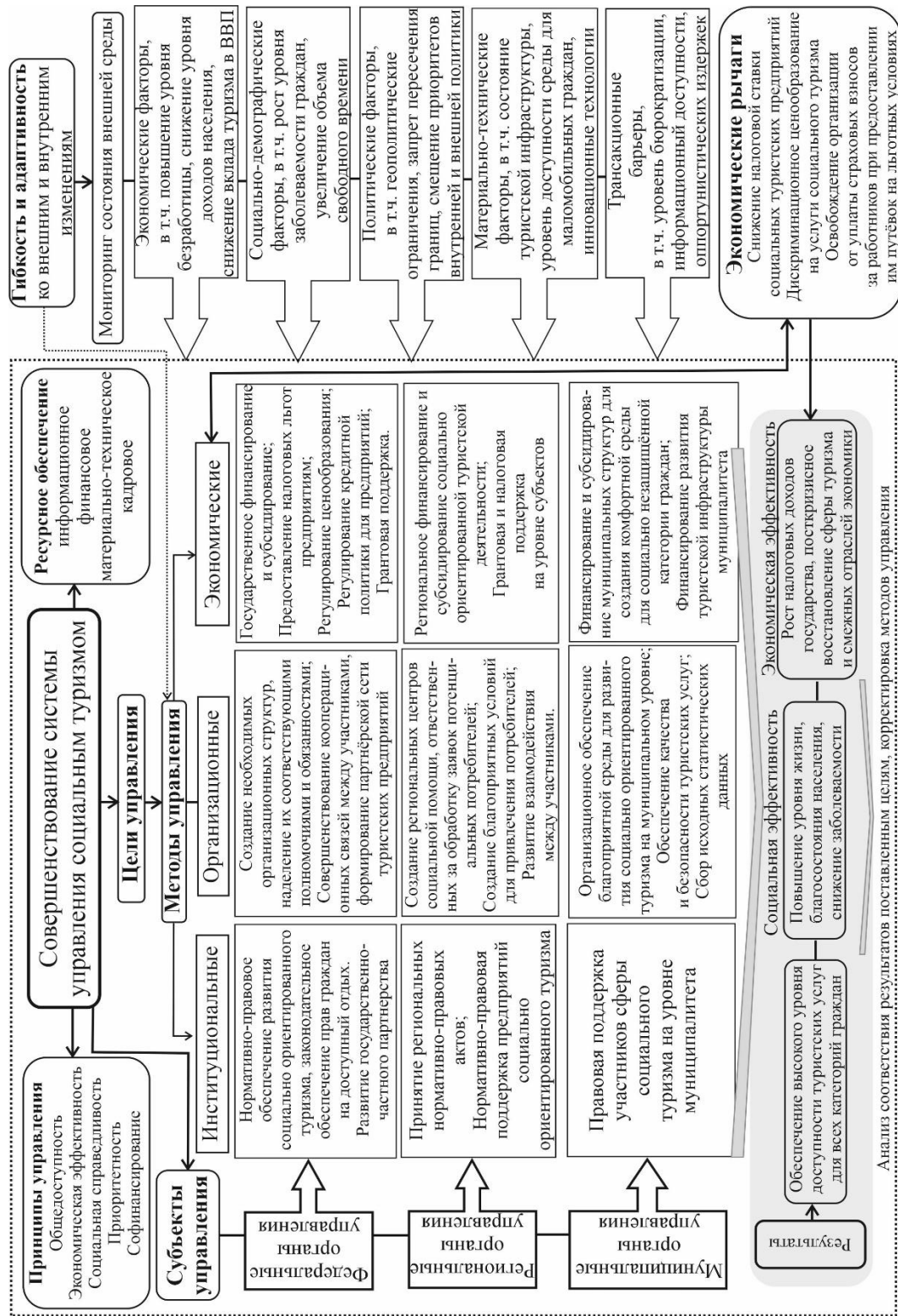


Рисунок 3.3 - Модель организационно-экономического механизма развития социального туризма

Источник: составлено автором

Основные методы организационно-экономического механизма формирования и развития социального туризма представлены в таблице 3.2.

Институциональные методы нацелены на создание благоприятной среды для функционирования и развития исследуемого института, несут функции нормативно-правового обеспечения и регулирования. Подобные методы реализуются посредством принятия законов, постановлений, распоряжений и прочих нормативно-правовых актов и предполагают обязательное исполнение всеми участниками социального туризма.

Институциональные методы развития социального туризма предполагают работу в следующих направлениях:

1. Законодательное закрепление понятия социально ориентированного туризма, объединяющего интересы личности, государства и общества путем удовлетворения потребностей в оздоровлении, образовании, воспитании независимо от социального статуса и материального благополучия, за счет дополнительных источников финансирования различных категорий потребителей и предоставления льгот производителям туристских услуг.

2. Разработка нормативно-правовых основ функционирования системы социально ориентированного туризма, включая определение принципов, приоритетов, роли в социально-экономическом развитии страны, разработку стратегии развития.

Экономические методы включают вопросы финансового обеспечения внедряемого механизма, которое может быть выражено не только в прямом субсидировании участников за счёт средств федерального, регионального и муниципального бюджетов, но и включать средства инвесторов, общественных организаций, внебюджетных фондов и работодателей.

Таблица 3.2 - Методы организационно-экономического механизма формирования и развития социального туризма

Цели управления	Методы управления			Объекты управления
	Институциональные	Организационные	Экономические	
Федеральные органы управления Обеспечение высокого уровня доступности туристских услуг для всех категорий граждан	Закрепление в законодательстве понятия социально ориентированного туризма Нормативно-правовое обеспечение развития социально ориентированного туризма Законодательное обеспечение прав граждан на доступный отдых. Развитие государственного частного партнерства в сфере социального туризма	Разработка механизма предоставления льготных туристских услуг; Создание необходимых для развития социального туризма структур, наделение их соответствующими полномочиями и обязанностями; Совершенствование кооперационных связей между участниками социального туризма, в том числе формирование партнёрской сети туристских предприятий, участвующих в системе льготирования туристских услуг; Обработка статистических данных о системе социального туризма на национальном уровне, разработка на их основе прогнозных значений	Государственное финансирование и субсидирование социально направленных туристских предприятий; Предоставление налоговых льгот предпринимательскому сектору в сфере социального туризма; Регулирование ценообразования льготных туристских услуг; Регулирование кредитной политики для предприятий социального туризма; Грантовая поддержка научных исследований в данной области.	Федеральные государственные структуры сферы туризма и социальной политики, предприятия сферы социального туризма, предприятия смежных отраслей, потребители услуг социального туризма, общественные организации, объединения, прочие предприятия, задействованные в рамках механизма развития социального туризма

Продолжение таблицы 3.2

Региональные органы управления	Обеспечение высокой доступности туристских услуг на уровне регионов, обеспечение конкурентоспособности социально ориентированных туристских услуг	Принятие на уровне регионов нормативно-правовых актов, регулирующих отдельные вопросы развития социально ориентированного туризма; Нормативно-правовая поддержка предприятий социально ориентированного туризма	Создание региональных центров социальной помощи, ответственных за обработку заявок потенциальных потребителей; Создание благоприятных условий для привлечения отдельных категорий социально уязвимых туристов в регион; Развитие взаимодействия между предпринимательскими структурами, некоммерческими организациями и потребителями услуг социального туризма на уровне регионов;	Региональное финансирование и субсидирование социально ориентированной туристской деятельности; Реализация региональных мер налоговой поддержки предприятий сферы; Реализация региональных мер грантовой поддержки инициатив в сфере социально ориентированного туризма	Региональные предприятия сферы социально ориентированного туризма, предприятия смежных отраслей, региональные центры социальной помощи, общественные организации, объединения, прочие предприятия, действующие в рамках механизма развития социально ориентированного туризма
Муниципальные органы управления	Обеспечение высокого уровня качества предоставляемых льготных туристских услуг, поддержание их конкурентоспособности на муниципальном уровне	Правовая поддержка участников сферы социального туризма на уровне муниципалитета	Организационное обеспечение благоприятной среды для развития социального туризма на муниципальном уровне; Контроль качества и безопасности предоставляемых потребителям туристских услуг; Контроль ценообразования на товары, приобретаемые социально ориентированными туристами в местах отдыха; Сбор исходных статистических данных о функционировании системы социального туризма.	Финансирование и субсидирование муниципальных структур, функционирующих в сфере социального туризма; Финансирование создания комфортной среды для пребывания социально незащищённой категории граждан; Финансирование развития туристской инфраструктуры муниципалитета	Муниципальные предприятия сферы социального туризма, предприятия смежных отраслей, муниципальные центры социальной помощи, общественные организации, объединения, прочие предприятия, действующие в рамках механизма развития социального туризма

Источник: составлено автором

Выбранные методы управления определяют совокупность экономических рычагов, к которым можно отнести:

1. Использование политики ценовой дискриминации, подразумевающей формирование разной стоимости одних и тех же туристских товаров или услуг для различных потребительских сегментов в зависимости от определённых критериев:

- по времени предоставления турпродукта (сезонная ценовая дискриминация);
- по уровню доходов в зависимости от степени платежеспособности потребителя;
- по наличию физических ограничений;
- по направления туристской поездки, например, при освоении новых региональных сегментов;
- по выбору группового или индивидуального тура;
- по длительности путешествия.

Необходимость широкого применения дифференциации цен на туристские услуги обусловлена высокой степенью чувствительности рынка к изменению спроса. К условиям внедрения политики ценовой дискриминации можно отнести невозможность перепродажи туристских услуг и товаров третьим лицам и возможность детальной сегментации потребителей туристских услуг.

2. Оказание материальной поддержки потребителям туристских услуг, выражающихся в предоставлении компенсации расходов на путешествие, скидок и льгот на транспортные услуги.

3. Освобождение организаций от уплаты страховых взносов за работников при предоставлении им льготных туристских путёвок.

4. Снижение налоговой ставки социально направленным туристским предприятиям.

Одной из значимых форм поддержки предпринимательских структур, стимулирующей социально направленную туристскую деятельность, является проведение конкурсов на получение грантов, по итогам которых может быть

оказана финансовая помощь в приобретении туристского оборудования, адаптированного под нужды социально незащищённых групп, разработке специализированных туристических маршрутов, создании доступной и комфортной среды, разработке инновационных бизнес-моделей.

Кроме того, государственная поддержка участников социального туризма может выражаться в предоставлении во временное пользование объектов недвижимости в рамках концессионных соглашений, либо предоставлении в аренду помещений, транспортных средств, объектов туристской инфраструктуры на льготных условиях.

К организационным методам можно отнести меры административного воздействия на процессы предоставления льготных туристских услуг. Они направлены на установление регламента кооперационных связей, распределение обязанностей и функций.

Организационные методы развития социального туризма предусматривают:

1. Принятие мер по развитию кооперационных связей между государственными институтами, предпринимательскими структурами, некоммерческими организациями и потребителями услуг социального туризма, в том числе посредством реализации различных форм государственно частного партнёрства. Каждое действие представленных элементов институциональной среды должно быть взаимосвязано с общей стратегией развития, утверждёнными принципами социально ориентированного туризма.

2. Разработка эффективного и экономически обоснованного механизма льготирования туристских услуг с учётом интересов каждой группы участников.

3. Обеспечение оперативного реагирования на изменения внешних и внутренних факторов, эффективного планирования и прогнозирования развития социального туризма посредством организации систематического и полного сбора достоверной и актуальной статистической информации о показателях сферы исследуемого направления туризма.

К дополнительным организационным методам можно отнести информационную доступность. Необходимость формирования единой

информационной системы, содержащей актуальную информацию о специализированных туристских продуктах, уровне цен на них с возможностью электронного бронирования и оплаты позволит уменьшить уровень транзакционных издержек поиска информации в исследуемой сфере.

Помимо конечных потребителей, потребность в создании единой платформы испытывают государственные органы, предприятия туристской направленности, смежных отраслей, вспомогательные предприятия. В данном контексте функционирования информационной системы позволит преодолеть административные и бюрократические барьеры с минимальными затратами временных ресурсов.

В основе социально-психологических методов лежат принятые в обществе морально-этические нормы и правила, которые проявляются в удовлетворении запросов потребителей услуг социального туризма и основываются на взаимопонимании и взаимоуважении в отношении к лицам с инвалидностью, пожилым людям, финансово необеспеченным туристам, детям.

Причём, описанные нормы должны соблюдаться на каждом этапе обслуживания потребителей с момента подачи заявления на предоставление льготной туристской услуги до возвращения в постоянное место жительства. То есть, вопрос подготовки персонала по этому направлению должен затрагивать не только предприятия сферы туризма, но и государственные структуры, транспортные и вспомогательные организации.

С целью обеспечения высокого уровня гибкости и адаптивности к происходящим изменениям механизм предусматривает осуществление систематического мониторинга состояния внешней среды с учётом совокупности воздействующих факторов.

Результат управления социальным туризмом отражает его социальную составляющую через повышение уровня жизни и благосостояния, оздоровление населения, которая тесно связана с экономическим аспектом, проявляющимся в стимулировании предпринимательства, росте числа рабочих мест на фоне общего оживления экономики.

К функциям управления системой социального туризма можно отнести следующие:

Функция планирования, заключающаяся в разработке общей стратегии и концепции развития социального туризма, определении источников ресурсного обеспечения, используемых методов и техник, определении функций и полномочий ответственных органов на всех уровнях власти;

Функция организации, выражающаяся в разработке организационной структуры, осуществлении стратегического и оперативного управления, развитии государственно-частного партнёрства, расширении кооперационных связей, обеспечении комплексной безопасности социально ориентированной туристской деятельности, противодействии коррупции внутри системы, совершенствовании законодательной базы.

Функция мотивации, в рамках развития социального туризма обусловленная необходимостью соблюдения сбалансированности интересов всех объектов управления.

Функция контроля, под которой подразумевается сопоставление полученных результатов и намеченных планов, прогнозных значений развития социального туризма и реальных показателей. В частности, органы управления осуществляют контроль деятельности туроператоров и турагентов, качества предоставляемых льготных туристских услуг, мониторинг рынка труда, контроль уровня трансакционных издержек, соответствия стандартам, принятым в сфере социального туризма.

Неотъемлемой частью организационно-экономического механизма развития социального туризма являются используемые технологии и техники, в том числе:

- Технология обслуживания потребителей социального туризма.
- Технология создания специализированных туристских продуктов для особых категорий потребителей.
- Технология предоставления услуг размещения, транспорта, питания.
- Технология автоматизации процесса бронирования и резервирования.
- Технология создания доступной среды.

- Технология обеспечения безопасности туристских объектов.
- Информационные технологии в сфере социального туризма, технология разработки цифровых платформ.

Использование платформенного подхода приводит к значительному снижению транзакционных издержек и ускорению всех операционных циклов взаимодействия субъектов. Кроме того, разработка единой отраслевой цифровой платформы рынка социального туризма позволит повысить вовлеченность всех заинтересованных сторон в процесс цифровой трансформации, повысить скорость и качество обмена информацией, производительность труда и минимизировать количество посредников.

Эффективное функционирование организационно-экономического механизма развития социального туризма невозможно представить без использования актуальной и полной информации о состоянии управляемого объекта. Информационное обеспечение органов управления социального туризма включает:

- Учёт и регистрацию информации о системе социального туризма.
- Организацию статистического наблюдения за показателями развития социального туризма.
- Организацию аналитических исследований состояния социального туризма.

Таким образом, разработка организационно-экономического механизма развития социального туризма, базирующегося на сбалансированности интересов каждой группы участников, минимизации уровня транзакционных издержек, скоординированности действий органов управления и основывающийся на использовании совокупности институциональных, организационных и экономических методов, инструментов, техник и технологий воздействия на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, будет способствовать комплексному развитию социального туризма.

3.2 Обоснование стратегических направлений развития социального туризма

Актуальность определения и обоснования стратегических направлений развития социального туризма обусловлена необходимостью в максимально эффективном объединении усилий правительства, предпринимательских структур, общественных организаций и общества в единую взаимодополняющую модель, которая позволит определить общие приоритеты, перспективы развития и обеспечить согласованность интересов участников социального туризма.

В таблице 3.3 представлен паспорт стратегии развития социального туризма.

Успешное достижение целей стратегии возможно при соблюдении следующих принципов:

- Использование комплексного подхода к развитию социального туризма;
- Развитие государственно-частного партнёрства в сфере социального туризма;
- Сбалансированность интересов всех участников социального туризма (государство, коммерческие и общественные организации, потребители, местное сообщество);
- Стимулирование предпринимательских инициатив в сфере социального туризма, продвижение концепции корпоративной социальной ответственности.

В рамках определения стратегических направлений развития социального туризма предлагается выделить приоритетные виды туризма, которые обладают наибольшей социальной значимостью для личности, общества и государства.

Для их определения в 2021 году было проведено онлайн анкетирование представителей основных групп участников рынка социального туризма, в котором приняли участие 853 респондента.

Таблица 3.3 - Паспорт стратегии развития социального туризма

1. Основание для разработки	1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 2. Федеральный закон «О государственной социальной помощи» 3. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»
2. Проблемы, решаемые в стратегии	1. Низкий уровень туристической активности среди социально незащищённых слоёв населения; 2. Отсутствие разнообразия специализированных туристских продуктов; 3. Низкий уровень доступности туристских услуг для населения; 4. Низкий уровень развития туристской инфраструктуры и доступной среды
3. Цели стратегии	1. Повышение доступности туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации 2. Усиление социальной роли туризма 3. Комплексное развитие социального туризма
4. Задачи стратегии	1. Совершенствование нормативно-правового обеспечения социально ориентированного туризма 2. Разработка организационно-экономического механизма предоставления льготных туристских услуг 3. Совершенствование системы управления социальным туризмом 4. Стимулирование спроса на социально направленный туристский продукт, генерация дополнительного туристского потока в низкий сезон.
5. Этапы реализации стратегии	1. Актуализация нормативно-правовых актов и понятийно-терминологического аппарата. Введение понятия «Социально ориентированный туризм». 2. Организация системы управления сферой социального туризма. Разработка механизма предоставления льготных туристских услуг. 3. Внедрение мер государственной поддержки предприятий сферы. 4. Обеспечение информационно-административной доступности внедряемых моделей за счёт использования технологий электронного документооборота, создания единой платформы бронирования специализированных турпродуктов. 5. Повышение квалификации кадров по направлениям обслуживания социально уязвимых категорий туристов. 6. Обеспечение контроля реализации стратегии на всех уровнях. 7. Развитие системы сбора, обработки и анализа статистических данных
6. Источники финансирования	Финансирование осуществляется из средств бюджета всех уровней, а также за счёт внебюджетных средств (работодатели, инвесторы, заёмщики).
7. Ожидаемые результаты	1. Реализация механизма предоставления льготных туристских услуг; 2. Общее повышение доступности туристских услуг для населения; 3. Повышение качества и разнообразия специализированных туристских продуктов; 4. Улучшение туристской инфраструктуры (санаторно-курортных организаций, объектов размещения, питания) 5. Повышение транспортной доступности туристских дестинаций, в том числе для ограниченных в передвижении граждан; 6. Повышение объёма туристского потока в низкий сезон; 7. Повышение уровня занятости в туристской сфере; 8. Повышение общего уровня жизни населения, уровня культурно-патриотического развития, оздоровление общества, снижение уровня социальной напряженности; 9. Увеличение вклада туризма в экономику страны

Источник: составлено автором

Ошибка выборки составила 7,5 %. Каждому из них предлагалось оценить социально-экономическую значимость отдельных видов туризма для общества (Приложение Ж). На основе их ответов был составлен рейтинг социально значимых видов туризма (рисунок 3.4).

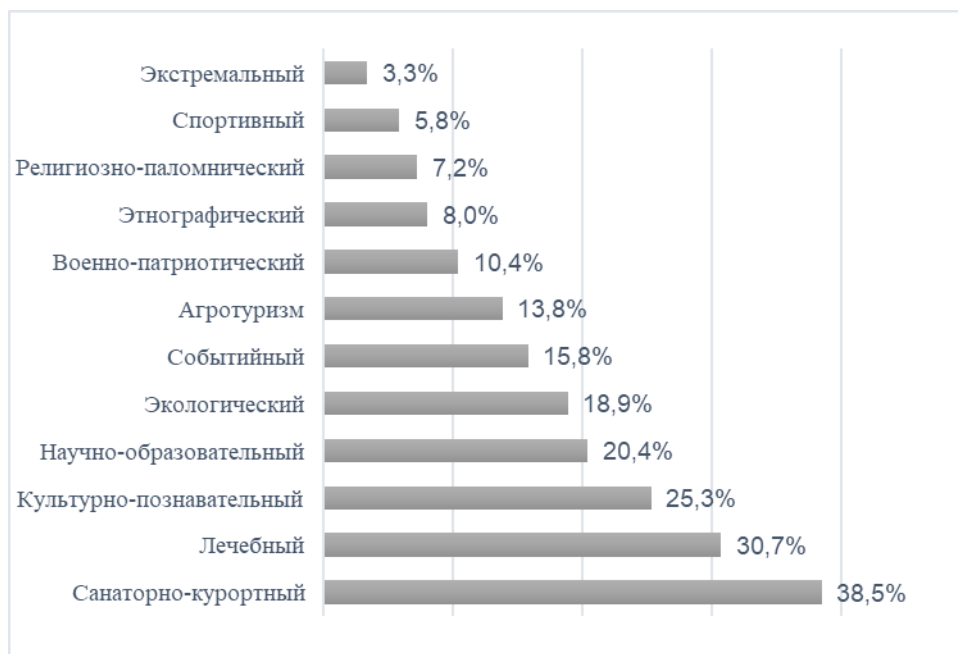


Рисунок 3.4 - Рейтинг социально значимых видов туризма

Источник: составлено автором

Результаты опроса показали, что к видам туризма, имеющим наибольшее социальное значение, относится санаторно-курортный, лечебный и культурно-познавательный туризм, а экстремальный и спортивный туризм играют минимальную роль в развитии личности и общества. Соответственно, государству в рамках развития социального туризма нецелесообразно внедрять систему льготирования данных видов туристских услуг. Вместе с тем, действующий национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» предусматривает фокусирование на развитии санаторно-курортного отдыха, культурно-познавательного, эко-туризма [76], что подтверждает результаты опроса и иллюстрирует соответствие проекта интересам общества.

Выделим наиболее приоритетные виды социального туризма, которые вносят максимальный вклад в достижение целевых показателей социальной эффективности стратегии:

1. Санаторно-курортный туризм;
2. Лечебный туризм;
3. Культурно-познавательный туризм;
4. Научно-образовательный туризм;
5. Экологический туризм.

Таким образом, при разработке и реализации стратегии развития социального необходимо особое внимание уделить развитию социально значимых видов туризма, поскольку перераспределение и аккумуляция имеющихся ресурсов на приоритетных туристских направлениях обеспечит максимальное использование потенциала социального туризма в качестве инструмента решения социально-экономических задач.

Реализация мероприятий, предусмотренных стратегией, потребует большого количества финансовых ресурсов. Их источниками станут бюджеты федерального, регионального и муниципального уровней и внебюджетные средства (собственные средства организаций, заёмные средства, привлекаемые инвестиции).

Помимо финансовых источников, предполагается использовать человеческие, инфраструктурные, рекреационные и социо-культурные ресурсы.

Качество профессиональных кадров, уровень их социализации и кооперации оказывает прямое воздействие на социально направленную туристскую деятельность. Специфические особенности туристских услуг, такие как непостоянство качества, изменчивость, ярко выраженная зависимость от внешних факторов, необходимость преодоления потребителем расстояния, накладывают на персонал туристских предприятий дополнительные обязанности. Когда же речь заходит о туризме социально незащищённых групп населения, к основным требованиям туристского персонала добавляются специализированные навыки и умения, такие, как знание правил и особенностей обслуживания туристов с ограниченными возможностями здоровья, детей, пожилых людей.

Инфраструктурное ресурсное обеспечение реализации стратегии предполагает совершенствование материально-технического оснащения

санаторно-курортных предприятий, отелей, гостиниц, обновление транспортных средств, обслуживающих туристов, обеспечение доступности для отдельных категорий граждан объектов культурно-исторического показа, создание доступной городской среды.

Ресурсное обеспечение реализации стратегии предполагает использование бальнеологических, климатических, ландшафтных, пляжных, а также социокультурных туристских ресурсов, представляющих собой объекты, имеющие культурную или познавательную ценность, составляющие культурное наследие нации или туристской дестинации. Несмотря на большое многообразие подобных ресурсов в России, не все из них могут в настоящее время использоваться в качестве объектов показа для туристов с ограниченными возможностями здоровья.

Стратегические направления развития социального туризма, определяемые факторами, исследованными в пункте 2.1 диссертации, предусматривают:

совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере социального туризма с учетом тенденций развития туристской отрасли и социальной политики;

создание конкурентоспособных специализированных социально ориентированных туристских продуктов для целевых потребительских групп;

модернизация материально-технической базы туристских предприятий, развитие транспортно-логистической сети с учётом необходимости соблюдения требований безбарьерной среды;

формирование организационно-экономического механизма развития социального туризма, обеспечивающего повышение доступности туристских услуг с учётом имеющихся ресурсов и возможностей.

В соответствии с обозначенными направлениями предлагается использовать следующие основные целевые показатели реализации стратегии:

- Доля туризма в валовом внутреннем продукте;
- Доля туризма в валовом региональном продукте;
- Доля социального туризма в общем объёме оказанных туристских услуг;

- Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, из числа социально незащищённых граждан за год;
- Число туристских поездок социально незащищённых граждан за год;
- Число специализированных туристских продуктов, ориентированных на социально уязвимые категории потребителей;
- Уровень занятости в сфере социального туризма;
- Ежегодный прирост турпотока в низкий сезон;
- Годовой объём субсидирования мероприятий стратегии;
- Годовой объём грантовой поддержки в сфере социального туризма.
- Доля туристских организаций, создавших условия, необходимые для обслуживания социальных туристов, в общем количестве туристских предприятий

Немаловажным при разработке стратегии является анализ возможных рисков, препятствующих успешной реализации запланированных мероприятий в установленные сроки. Перечень основных рисков представлен на рисунке 3.5.

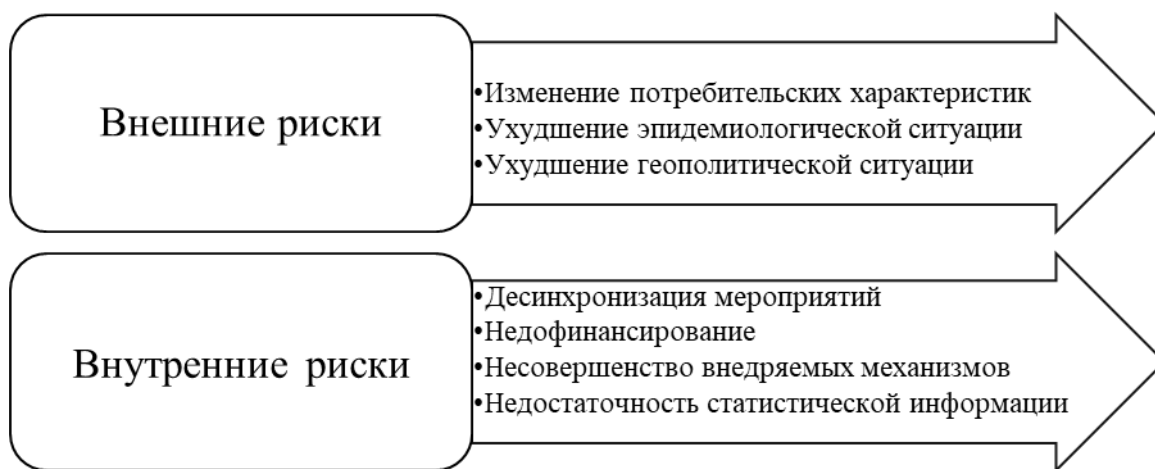


Рисунок 3.5 - Основные риски реализации стратегии развития социального туризма

Источник: составлено автором на основе [56]

Основными внешними рисками реализации стратегии развития социального туризма можно считать:

- Ухудшение эпидемиологической ситуации, введение дополнительных ограничений, препятствующих осуществлению туристской деятельности;
- Ухудшение геополитической ситуации, что ведёт к изменению приоритетных направлений развития государства;
- Изменение потребительских характеристик (качество использования свободного времени, уровень дохода, численность). Негативные последствия несёт риск снижения уровня доходов потенциальных потребителей услуг социального туризма. Несмотря на значительную компенсацию стоимости туристского продукта, низкий уровень доходов домохозяйств приведёт к исключению туристских услуг из потребительской корзины граждан. Кроме того, к снижению спроса на льготные туристские услуги может привести изменение в характере использования свободного времени целевых потребительских групп, либо изменение их численности. Так, например, увеличение возраста молодёжи до 35 лет привело к искусственному повышению численности данной группы туристов. Аналогичное изменение в обратную сторону может существенно ограничить возможности использования государственных мер поддержки социально ориентированных туристов.

К внутренним рискам можно отнести следующие:

- Десинхронизация реализуемых мероприятий, проявляющаяся в отсутствии баланса мер государственной поддержки, стимулирования спроса, развития туристской и транспортной инфраструктуры.

Так, например, значительное усиление мощности объектов размещения, улучшение инфраструктуры туристской дестинации при слабо развитой транспортной доступности может привести к значительной недозагрузке средств размещения и снижению социально-экономической эффективности реализации стратегии.

- Риск сокращения объёмов государственной поддержки, которое может привести к увеличению сроков достижения целей, обозначенных в стратегии.

- Недостаточность статистической информации для оценки результатов мероприятий стратегии.
- Несовершенство внедряемого механизма предоставления льготных туристских услуг, которое может проявиться в форме новых коррупционных схем, бюрократических и оппортунистических издержек.

Располагая качественно проработанной стратегией развития социального туризма в краткосрочном и среднесрочном периодах, вырабатывая современные, отвечающие новым реалиям механизмы предоставления льготных туристских услуг, государство может обеспечить стабильный рост сферы туризма на основе сбалансированности интересов общества, государства и бизнеса, наряду со способностью гибко и оперативно реагировать на изменяющиеся условия и возникающие риски.

3.3 Разработка предложений и рекомендаций по обеспечению эффективности развития социального туризма

Для достижения максимального социально-экономического эффекта от внедрения организационно-экономического механизма развития социального туризма предлагается использовать адаптированный к современным рыночным условиям функционирования экономики опыт развития социального туризма в России и зарубежных странах, что позволит в наибольшей степени удовлетворять потребности как социально уязвимых групп потребителей, так и экономически активное население страны.

В основе модели лежит идея использования отпускных ваучеров, представляющих собой платёжные документы с высокой степенью защищённости от подделки, имеющие определённую номинальную стоимость. Отпускные ваучеры могут выпускаться в бумажной или электронной форме и использоваться для оплаты основных туристских услуг. Предлагаемая система позволит

обеспечивать целенаправленный расход средств в предприятиях туристской направленности. Предложенная модель представлена на рисунке 3.6.



Рисунок 3.6 - Ваучерная модель предоставления льготных туристских услуг

Источник: составлено автором

Предлагаемый механизм предполагает взаимодействие агентства-инициатора, социально направленных организаций и предприятий туристской индустрии. Данная модель может быть органично встроена в действующую систему предоставления льготных путёвок.

Для этого необходимы следующие шаги:

1. Создание на базе Федерального агентства по туризму Инициатора – финансируемой государством организации, обеспечивающей управление внедряемым механизмом социального туризма на федеральном уровне. В

перечень функций Инициатора также входит создание Эмиссионного центра (далее – Эмитент), выпускающего отпускные ваучеры в бумажном и электронном виде, а также единой платформы специализированных туристских продуктов, разработанных для социально ориентированных туристов, предусматривающей возможность бронирования туров и оплаты ваучерами, и управление ими.

Важной задачей Инициатора является создание партнёрской сети предприятий – поставщиков социально ориентированных туристских услуг, для чего государству необходимо разработать эффективные меры поддержки предпринимателей разного масштаба, включая предоставление предприятиям-партнёрам следующих льгот:

- Снижение налоговой нагрузки за счёт изменения налоговых ставок, освобождение от отдельных видов налогов и взносов.
- Получение государственных субсидий на развитие социально ориентированного направления деятельности.
- Грантовая поддержка инновационных проектов по повышению доступности туризма.

Предлагаемые меры поддержки должны быть подкреплены общим повышением уровня социальной ответственности государства и бизнеса.

2. Создание на базе региональных и муниципальных отделений социальной защиты Центров социальной помощи (далее – Центры), ориентированных на работу с социально незащищёнными группами туристов и выполняющих функции:

- Обработки заявок граждан на получение отпускных ваучеров (приём, рассмотрение, определение размера компенсации туристских расходов, отзыв заявки). Причём, заявки могут подаваться как электронно через портал Госуслуг, так и при личном посещении Центров.
- В случае одобрения заявки привязки к каждому заявителю координатора, оказывающего помощь в бронировании подходящего тура, предотпускной подготовке и осуществляющего сбор информации о результатах поездки.

3. Обеспечение возможности подачи заявок через портал Госуслуг, что позволит снизить уровень транзакционных бюрократических и информационных издержек при оформлении.

Что касается экономически активной группы потребителей социального туризма, система отпускных ваучеров будет заключаться в следующем: предприятия осуществляют закупку отпускных ваучеров у Эмитента, а затем реализуют их своим сотрудникам за 30 – 80 % от стоимости. Работники используют ваучеры для оплаты туристских услуг (питание, проживание, транспорт, культурно-развлекательные услуги).

Инициатива использования отпускных ваучеров для развития внутреннего туризма уже рассматривалась Ростуризмом в 2013 году, однако так и не была реализована, поскольку подверглась критике экспертов. Они утверждали, что программа в предложенном виде не будет эффективной ввиду отсутствия достаточной степени заинтересованности предприятий в закупке ваучеров [26].

Для решения вопроса заинтересованности предприятий и организаций в участии в ваучерной системе, необходимо обозначить преимущества данного механизма (рисунок 3.7).

Отпускные ваучеры служат эффективным инструментом мотивации персонала. Для того, чтобы в современных условиях оставаться конкуренткой на рынке труда, организации необходимо использовать комплекс стимулирующих инструментов, не ограничивающихся повышением заработной платы. К тому же, использование отпускных ваучеров является для предприятия менее затратным способом стимулирования, нежели прямое увеличение заработной платы или премирование.

Государство, будучи заинтересованным в развитии социального туризма, предоставляет льготы для предприятий-участников системы, включающие освобождение от оплаты страховых взносов за работника, выкупившего ваучер, а также снижение налоговой ставки. Кроме того, участие в ваучерной системе способствует повышению корпоративной социальной ответственности (далее –

КСО), позволяет снизить репутационные риски, повысить привлекательность предприятия для инвесторов, государства и общества.



Рисунок 3.7 - Преимущества системы отпускных ваучеров для предприятий
Источник: составлено автором

Следует также добавить, что внедрение системы отпускных ваучеров позволит решить проблему потребительского выбора. Ведь при использовании в организации денежных методов стимулирования труда сотрудники, получая повышенную заработную плату, с меньшей вероятностью потратят надбавку на туристские услуги, а, скорее, используют её для приобретения более приоритетных для их домохозяйств товаров. Отпускной ваучер, напротив, предусматривает его использование лишь в туристских предприятиях партнёрской сети. Таким образом, будучи инструментом стимулирования туристской активности, он способствует укреплению здоровья, социальной интеграции потребителей.

Достоинства описываемого механизма предоставления льготных туристских услуг заключаются в следующем:

– Реализация адресного подхода, предполагающая оказание помощи в получении туристских услуг тем лицам, кто истинно в ней нуждается. Данная концепция тесно связана с принципом дифференциации, при котором объём льгот определяется для каждого получателя отдельно и зависит от ряда объективных и субъективных свойств. Соблюдение данных принципов позволит повысить результативность социальной поддержки уязвимых групп населения.

– Ориентация на широкий круг потребителей. Сочетание моделей отпускных ваучеров и «партнёрского треугольника» позволяет с максимальной эффективностью использовать имеющийся потенциал развития социального туризма в России, обеспечивая социальную поддержку не только незащищённым слоям населения, но и работающим гражданам.

– Возможность формирования объединений туристских предприятий, входящих в состав партнёрской сети, обеспечивающих круглогодичную занятость населения дестинаций, развитие инфраструктуры, увеличение налогового потенциала. Возможность эффективного обмена идеями, опытом и технологиями между предприятиями социального туризма ведёт к формированию конкурентной среды, повышению качества оказываемых услуг [40, с. 68] и возникновению синергетического эффекта в отрасли.

– Низкий уровень трансакционных издержек за счёт расширения функционала портала Госуслуг и создания единой платформы бронирования специализированных туристских продуктов с возможностью оплаты электронными отпускными ваучерами.

– Высокий уровень экономической эффективности, обуславливаемый большой загруженностью туристских предприятий в период межсезонья, наличием сопутствующих расходов социально ориентированных туристов в месте пребывания, улучшением состояния инфраструктуры туристских дестинаций. Особенности движения финансовых потоков ваучерной модели предоставления льготных туристских услуг представлены на рисунке 3.8.

Предлагаемая модель может быть успешно использована для достижения целей национальных проектов, реализуемых в России. Так, нацпроект «Туризм и

индустрия гостеприимства» напрямую указывает на приоритетность задачи повышения доступности туристских услуг, которая непосредственно решается через развитие социального туризма.

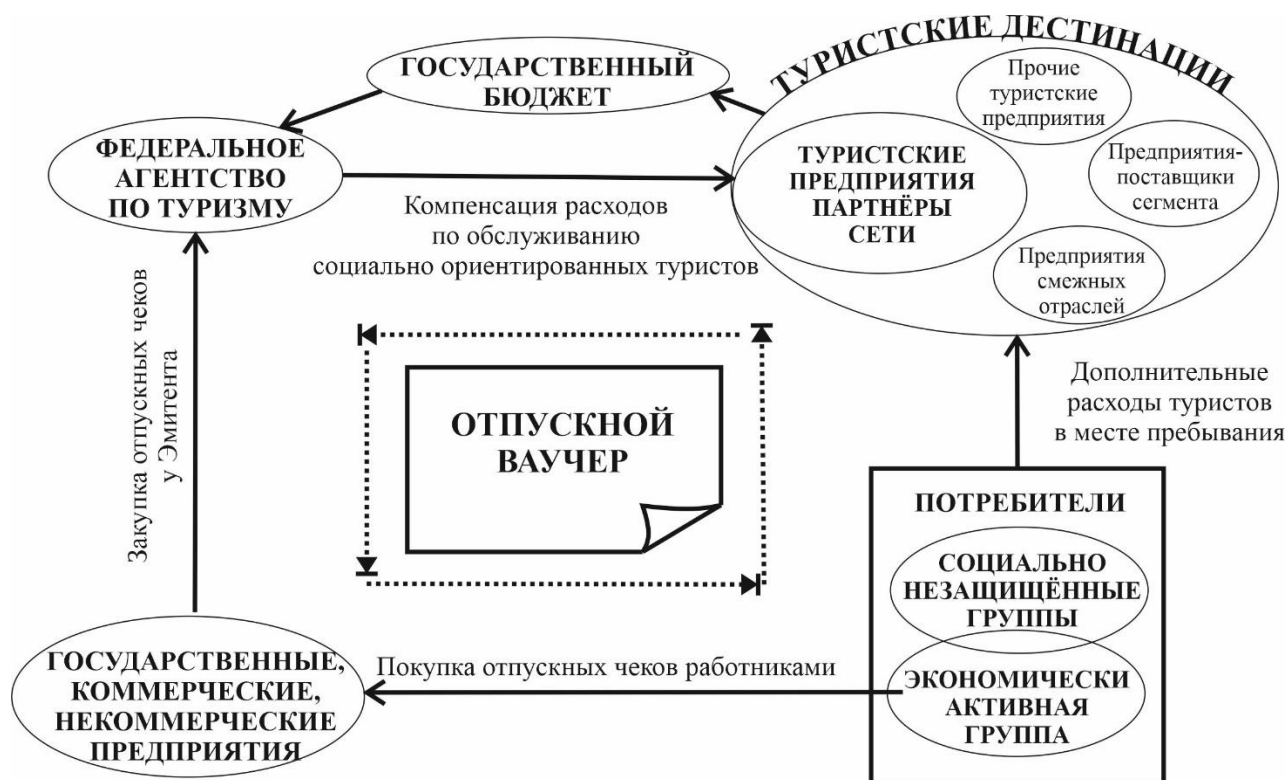


Рисунок 3.8 - Движение финансовых потоков ваучерной системы

Источник: составлено автором

Свойство эмерджентности при взаимодействии национальных проектов и системы социального туризма может проявляться по направлениям здравоохранения, демографии, образования, культуры, экологии, цифровой экономики посредством:

- обеспечения достижения целевых показателей национальных проектов и федеральных программ, как например достижение оптимальной доступности медицинских услуг для населения, снижение уровня смертности, увеличение доли граждан, ведущих здоровый образ жизни, повышение продолжительности здоровой жизни до 67 лет, воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности, поддержка семей с детьми, создание условий для реализации творческого потенциала нации, совершенствование инфраструктуры культуры;

- создания организационно-институционального механизма взаимодействия государства, бизнеса и общества по вопросам интеграции их интересов в процесс предоставления льготных туристских услуг социально незащищённым слоям населения в рамках концепции устойчивого социально-экономического развития;
- аккумуляции финансово-кредитных, экономических, административных, информационных ресурсов для развития системы предоставления льготных туристских услуг;
- привлечения внимания общества, государственных и предпринимательских структур к необходимости развития социально значимых видов туризма (в том числе санаторно-курортного, лечебного, культурно-познавательного, научно-образовательного, экологического) для решения стратегически важных социально-экономических задач;
- повышения доступности цифровых услуг туристской сферы для социально уязвимых групп потребителей, в том числе дистанционного бронирования и резервирования, планирования путешествий, информирования населения о доступных туристских продуктах.

Рассмотрим более подробно предлагаемую цифровую платформу социально ориентированного туризма, представляющую собой сложную информационную систему, обеспечивающую взаимосвязь между всеми участниками.

Цифровая платформа включает 5 блоков – информирование, экскурсионное обслуживание и досуг, услуги размещения, транспортные и иные услуги. Платформа предполагает оплату услуг из двух финансовых источников – отпускные ваучеры и личные средства потребителей. В связи с этим для снижения административных барьеров к получению льготных туристских услуг приоритетным видом отпускных ваучеров для эмиссионного центра станет электронная форма.

Одним из элементов цифровой платформы социально ориентированного туризма может выступать возможность объединения реального опыта путешествия с цифровым посредством использования технологий виртуальной и

дополненной реальности. С помощью данных технологий социально незащищённые туристы смогут ощутить эффект присутствия в местах, которые они хотели бы посетить, что послужит для них значительным стимулом к приобретению туруслуг. Модель описываемой цифровой платформы представлена на рисунке 3.9.



Рисунок 3.9 - Модель цифровой платформы льготных туристских услуг

Источник: составлено автором

Особенностью предлагаемой платформы является активное привлечение самозанятых граждан – гидов, экскурсоводов, управляющих индивидуальными средствами размещения (апартаменты, коттеджи, комнаты), водителей.

Очевидным преимуществом платформенного подхода к цифровой трансформации социального туризма является возможность снижения уровня транзакционных издержек за счёт выстраивания алгоритмизированных взаимовыгодных отношений между пользователями. Возможные пути оптимизации транзакционных издержек посредством внедрения цифровой платформы социального туризма представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4 - Способы оптимизации транзакционных издержек за счёт формирования цифровой платформы социально ориентированного туризма

Вид транзакционных издержек	Пути оптимизации
Информационные издержки	Интуитивно понятный интерфейс платформы, в том числе для лиц с ОВЗ, постоянное обновление представленной информации, наличие разделов, полностью закрывающих потребность туриста в информационном обеспечении
Издержки измерения качества	Разработка базы отзывов о предлагаемых услугах. Контроль за их достоверностью.
Опportunистические издержки	Все этапы бронирования и резервирования осуществляются в пределах цифровой платформы на основе принципа прозрачности с возможностью мониторинга и контроля соответствия законодательным нормам.
Административные издержки	Процесс получения льготных туристских услуг ограничивается минимальными временными затратами и документооборотом для туристов. Для туристских предприятий, включённых в цифровую платформу, снижаются затраты на продвижение туристских продуктов, что ведёт к снижению цен на них.

Источник: составлено автором

Для успешного функционирования организационно-экономического механизма развития социального туризма необходимо особое внимание уделить разработке специализированного туристского продукта, отвечающего потребностям каждой категории потенциальных потребителей.

При разработке специализированного туристского продукта необходимо отталкиваться от его потенциальной полезности, то есть от возможности удовлетворения определённых рекреационных потребностей социально ориентированных туристов. Рассматривая социально незащищённые группы потребителей, можно выделить некоторые специфические особенности туристского продукта (рисунок 3.10).



Рисунок 3.10 - Особенности туристского продукта для социально уязвимых категорий граждан.

Источник: составлено автором

Этапы разработки социально ориентированного туристского продукта представлены на рисунке 3.11.



Рисунок 3.11 - Этапы разработки специализированного туристского продукта

Источник: составлено автором

Элементами туристского продукта можно считать тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и товары.

Рассмотрим более подробно структуру туристского продукта на примере лиц с ограниченными возможностями здоровья (рисунок 3.12).



Рисунок 3.12 - Туристский продукт для лиц с инвалидностью

Источник: разработано автором

При выборе туристического направления для людей с инвалидностью необходимо исходить из климатических особенностей, чтобы избежать проблем с акклиматизацией, врачебных рекомендаций и наличия медицинских учреждений в случае оказания экстренной медицинской помощи. Ключевым условием является также наличие доступной среды на территории дестинации.

Предлагаемые объекты размещения должны соответствовать требованиям безбарьерной среды, предусматривающей создание физической и информационной доступности, подготовку персонала. Коллективные средства размещения помимо гостиничного номера, адаптированного под потребности

посетителей с инвалидностью, должны содержать специально оборудованные парковочные места, лифты с возможностью размещения инвалидной коляски, тактильные указатели, контрастные информационные стенды, опоры, широкие коридоры.

Рацион питания, который для туристов с инвалидностью является неотъемлемой частью лечебного процесса, также должен быть разработана с учётом рекомендаций специалистов и сведений об индивидуальной непереносимости туристами отдельных видов пищевых продуктов или блюд. Сбалансированность рациона по основным пищевым веществам должна сопровождаться выбором оптимальных типов пищевой обработки, соответствующих состоянию здоровья и возрасту отдыхающих, а также легко перевариваемых продуктов.

Организация перевозки туристов с инвалидностью – неотъемлемый этап разработки специализированного туристского продукта. Перед туроператорами встаёт задача поиска оптимального сочетания удобства, скорости и безопасности транспортного средства. Правила использования технических средств оснащения, таких как пандусы, подъёмники, поручни, должны быть подробно разъяснены туристам перед выездом.

При разработке программ дополнительного туристско-экскурсионного обслуживания следует учитывать ряд условий:

- Возможность беспрепятственного передвижения туристов от объекта размещения по экскурсионному маршруту и обратно;
- Соответствие маршрута и объекта показа предъявляемым требованиям законодательства;
- Исключение превышенных физических и психологических нагрузок на туристов;
- Организация сопровождения в случае необходимости;
- Предпочтительная максимальная продолжительность поездки к месту экскурсии составляет 3,5 часа, время поездки – первая половина дня;

- Заранее предусмотренные места отдыха на пути следования, включая помещения для отправления естественных нужд;
- Наличие интерактивного компонента туристско-экскурсионных услуг;
- Высокий уровень подготовки персонала туристских предприятий к обслуживанию туристов с ограниченными возможностями здоровья.

К туристским товарам можно отнести сувенирную продукцию, туристские карты, буклеты, путеводители. При разработке турпродукта для потребителей с ограниченными возможностями здоровья к основному перечню добавляются товары, являющиеся дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания, например, специфическая одежда, медицинские приспособления, лекарственные средства.

Разработка специализированного туристского продукта для людей с ограниченными возможностями здоровья на основе архитектурно-инженерной адаптации, соблюдения стандартов доступной среды, высокого уровня подготовки кадров будет способствовать развитию социального туризма, социальной интеграции граждан с инвалидностью и существенному росту экономических показателей развития туристских дестинаций.

Таким образом, организационно-экономический механизм развития социального туризма, представляющий многогранную, многоаспектную систему взаимодействия, может не только служить основой для устойчивого и стремительного развития социального туризма, но и способствовать социально-экономическому росту страны за счёт мультипликативного эффекта на уровне туристской сферы и экономики в целом.

Заключение

Разработанные теоретические положения и методические рекомендации по формированию организационно-экономического механизма развития социального туризма позволяют сделать следующие выводы:

1. Исследование теоретических основ развития социального туризма в современных социально-экономических условиях развития экономики позволило раскрыть сущностное содержание понятия «социальный туризм» через призму развития социальной ориентированности туризма. Социально ориентированный туризм характеризуется интеграцией интересов личности, государства и общества путем удовлетворения потребностей в туристских услугах с целью оздоровления, образования, воспитания, независимо от социального статуса и материального благополучия потребителей, в обеспечении доступности туристских услуг для всех слоёв населения с учётом социальной ответственности государства и бизнеса. Сущность социально ориентированной туристской деятельности выражается в совокупности принципов, целей и признаков, формирующих основу развития системы повышения доступности туристских услуг.

2. Анализ организационно-экономических предпосылок развития социального туризма позволил определить и систематизировать экономические, социально-демографические, материально-технические, политические, транзакционные факторы, оказывающих влияние на обеспечение доступности социально значимых туристских услуг. Рассчитан индекс значимости факторов, включая уровень доходов населения (80,6 %), наличие свободного времени (79,5%), транспортную доступность туристских дестинаций (78,7 %). Проранжированные факторы в каждом из представленных типов факторов позволяют определить зонирование доходов и приоритетных направлений расходов граждан при появлении дополнительных финансовых средств. Определён уровень обеспеченности туристскими услугами льготных категорий граждан, составляющий 1,6% в 2020 году. Обоснован экономический ущерб,

вызванный низким уровнем доступности туризма. Степень туристской активности находится в прямой зависимости от величины доходов; при появлении дополнительных финансовых средств у граждан с ежемесячным доходом до 30 тыс. руб. существует низкая вероятность их расходования на туристские услуги.

3. Разработанный организационно-экономический механизм развития социального туризма базируется на скоординированности действий органов управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с использованием совокупности организационных, экономических и институциональных методов управления, определяющих совокупность экономических рычагов, включая ценовую дискриминацию туристских продуктов по временным, финансовым, физическим критериям, освобождение организаций от уплаты страховых взносов за работников при предоставлении им льготных туристских путёвок; снижение налоговой ставки социально ориентированным туристским предприятиям. Действие организационно-экономического механизма развития социального туризма предусматривает нормативно-правовое обеспечение социально ориентированного туризма, дискриминационное ценообразование на социально значимые туристские услуги, государственную поддержку туристских предприятий, оказывающих социально значимые туристские услуги.

4. Определены стратегические направления обеспечения эффективности развития социального туризма. Обосновано введение ваучерной системы предоставления социально ориентированных туристских услуг на льготной основе с использованием подхода к софинансированию и адресности посредством использования ваучеров в качестве средства оплаты; использование единой цифровой платформы в предоставлении социально значимых туристских услуг. Представленные рекомендации по разработке специализированного туристского продукта для социально незащищённых потребителей позволяют учесть специфические особенности и потребности туристов на каждом этапе формирования и реализации туристского продукта. Расчёт бюджетной эффективности развития социального туризма с учётом его мультипликативного

эффекта показал, что при оказании туристам дотационной поддержки в размере 1 руб. государство получает 1,47 руб. доходов в форме налоговых поступлений и взносов во внебюджетные фонды. Полученные расчётные данные подтверждают экономическую целесообразность развития социального туризма в России, в том числе с помощью мер предлагаемого организационно-экономического механизма.

Список литературы

1. Абдулманапов, Г. Г. Самосохранительное поведение молодёжи демографически благополучного региона / Г. Г. Абдулманапов, Х. М. Хаджалова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2016. – №1 (23). – С. 208-215
2. Александров, В. В. Общественные фонды потребления. Научный коммунизм / В.В. Александров, А.А. Амвросов, Е.А. Ануфриев, А.М. Румянцев // М.: Политиздат. – 1983. – 352 с.
3. Алексушин, Г. В. Развитие туризма в СССР с помощью научного трансфера в 1950-Е-1960-е гг. / Г. В. Алексушин // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, №. 4. – С. 3-9.
4. Андреева, Е. Б. Туризм в СССР: организационная структура системы туризма и международных обменов во второй половине XX века / Е. Б. Андреева // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. – 2009. – С. 98-102.
5. Анисимов, Ю. П. Организационно-экономический механизм повышения эффективности организации производства на предприятии / Ю. П. Анисимов // ЭКОНОМИНФО. – 2019. – Т. 16, № 2-3. – С. 36-39.
6. Анурин, В. Ф. Справедливость и общественные фонды потребления / В. Ф. Анурин // Социологическое исследование. – 1990. – № 12. – С. 66-72
7. Аюшиева, Л. К. Занятость населения в туристической отрасли / Л. К. Аюшиева // Вестник БГУ. 2015. №2-2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zanyatost-naseleniya-v-turisticheskoy-otrasli> (дата обращения: 20.01.2022)
8. Баталова, Л. В. История развития дореволюционного отечественного туристско-экскурсионного дела / Л.В. Баталова, Г.В. Мерзлякова // Ученые записки Казанского университет. Серия Гуманитарные науки. – 2009. – №2 (2). – С. 83-91

9. Беликова, Л. Ф. Анализ бюджета времени студентов / Л. Ф. Беликова, А. А. Катаева, И. А. Кузнецова // Актуальные вопросы развития образования, техники и общества : межвузовский сборник аспирантских и студенческих работ. Вып. 8 / Урал. гос. проф.-пед. ун-т, Урал. гос. науч.-образоват. центр Рос. акад. образования, Акад. проф. образования. – Екатеринбург, 1999. – С. 87-90.
10. Биржаков, М. Б. Правовое регулирование туристской деятельности / М.Б. Биржаков. – СПб.: НП «Изд. «Невский Фонд», 2011. – 518 с.
11. Бородин, А. И. Состав и структура организационно-экономического механизма стратегического развития предприятия / А.И. Бородин // Известия Томского политехнического университета. – 2003. – Т. 306, № 4. – С. 124-126.
12. Буровцев, В. В. Методологические подходы к экономической оценке уровня транзакционных издержек пользователей государственных услуг / В.В. Буровцев // Вестник НГУЭУ. – 2016. – №2. – С. 178-188.
13. Бюллетень комитета по социальной политике в сфере туризма Международной организации социального туризма. – № 1. – 2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://isto.international/wp-content/uploads/2020/07/EN-Bulletin-1-CSPT-ISTO.pdf> (дата обращения 20.09.2020).
14. Варакса Н. Г. Инструменты налогового стимулирования предпринимательской инициативы в туризме / Н. Г. Варакса // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры. – 2019. – № 3. – С. 13-17.
15. Ветитнев А. М. Курортное дело: учеб. пособ. / А. М. Ветитнев. – М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.
16. Гезгала, Я. Туризм в народном хозяйстве / Под общ. ред. и с послесл. д-ра экон. наук В. Ф. Майера / Я. Гезгала. – Москва : Прогресс, 1974. – 212 с.
17. Гуляев, В. Г. Мультипликативный эффект в туризме / В. Г. Гуляев // Вестник РМАТ. – 2011. – №3 (3). – С. 54-64.
18. Гуляев, В. Г. Социально-экономические основы туризма в России: автореф. дисс. док. экон. наук. / В. Г. Гуляев – М., 2003. – 44 с.

19. Даниленко, Н. Н. Влияние социальных функций туризма на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья) / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова // Известия БГУ. – 2012. – №6. – С. 47-53.
20. Даниленко, Н.Н. Возможности и ограничения сферы туризма и гостеприимства по удовлетворению социальных потребностей туристов / Н.Н. Даниленко, О.А. Суранова // Baikal Research Journal. – 2021. – №1. – С.25-37.
21. Донскова, Л. И. Актуальные аспекты развития социального туризма: теория и практика / Л. И. Донскова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017. – № 4. – С. 24-32.
22. Донскова, Л. И. Исследование социального туризма зарубежных авторов: теория и практика / Л. И. Донскова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2018. – № 8. – С. 47-55.
23. Еремеева, А. Н. Научная интеллигенция и формирование туристско-рекреационного комплекса на Черноморском побережье Кавказа в 1914–1920 гг / А.Н. Еремеева // Культурно-познавательный туризм Юга России как стратегический ресурс укрепления российской государственности: сб. науч. ст / г. Краснодар. – 2015. – С. 166-175.
24. Журавлев, Д. Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием региона / Д. Журавлев // Creative Economy. – 2019. – № 13. – С. 249-253.
25. Иванова, Г. М. Финансовая политика в социальной сфере в СССР в 1950-1970-е гг / Г. М. Иванова // Известия Самарского научного центра РАН. – 2014. – №3-2. – С. 525-531.
26. Интервью руководителя Ростуризма Российской газете // Правительство РФ [Электронный ресурс]. URL.: <https://tourism.gov.ru/contents/press-sluzhba/vystupleniya-doklady-i-intervyu/publikatsii-2014-goda/intervyu-rukovoditelya-rosturizma-aleksandra-radkova-rossiyskoy-gazete-23-yanvary-2014-goda/> (дата обращения: 30.01.2022).
27. Кабиров, И. С. Влияние туризма на экономику страны / И. С. Кабиров // Russian Journal of Economics and Law. – 2009. – №2(10). – С. 64-67.

28. Карпова, Ю. И. Перспективы развития социального туризма в России / Ю.И. Карпова, Т.А. Волкова // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11-5. – С. 676-679.
29. Кейванова, Е. В. Особенности развития социально-ориентированной логистической системы пригородных пассажирских перевозок / Е. Кейванова // Новая парадигма социально-гуманитарного знания : сб. науч. трудов по материалам Междунар. науч.-практ. конф. 29 декабря 2017 г. – В VI ч. Ч. V / под общ. ред. Е.П. Ткачевой. – Белгород : ООО «Агентство перспективных научных исследований (АПНИ)», 2018. – С. 49-53.
30. Киварина, М. В. Корпоративная социальная ответственность / М. В. Киварина // Экономический журнал. – 2014. – №4 (36). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-2> (дата обращения: 28.02.2022).
31. Кислова, Ю. Методика оценки туристских потоков на территорию города Москвы / Ю. Кислова, А. Казунина // Логистика. – 2016. – № 12(121). – С. 18-29.
32. Коваленко, И. И. Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием предприятием с учетом производственного риска / И.И. Коваленко, А.С. Соколицын // Научно-технические ведомости СПбГТУ. Экономические науки. – 2019. – Т. 12, № 6. – С. 174-188.
33. Константинов, Ю. С. Период 1960-80-х гг. В истории детско-юношеского туризма СССР / Ю. С. Константинов // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. – 2017. – №3. – С. 15-26.
34. Кончаковский, Р. В. К проблеме свободного времени. Свободное время, досуг, образ жизни, мобильный интернет / Р. В. Кончаковский // Сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции "Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления". – 2014. [Электронный ресурс]. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/29816/1/apsmkoy_2014_2_48.pdf (дата обращения: 28.02.2022).

35. Коржанова, А. А. Туризм как ресурс. Социокультурные туристские ресурсы / А. А. Коржанова. // Издательство «Молодой учёный». – 2010. – № 11 (22). – С.140-142.
36. Кошурникова, Ю. Е. Разработка портрета современного туриста как основа клиенто-ориентированности туристского продукта / Ю. Е. Кошурникова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №. 2-2. – С. 444-444.
37. Крутик, А. Б. Мультипликативный эффект в развитии теории туризма / А. Б. Крутик // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2011. – №3 (9). – С.29-38.
38. Кулаков, В. В. Оценка налогового вклада туризма / В.В. Кулаков // Baikal Research Journal. – 2012. – №4. – С. 9-14.
39. Кулюшина, Н. Е. Организационно-экономический механизм поддержки социального туризма / Н.Е. Кулюшина, Р.М. Лигидов // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12 (часть 3). – С. 591-594.
40. Маськов, С. А. Преимущества использования кластерного подхода к развитию региональной экономики / С.А. Маськов // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2009. – №3. – С. 67-70
41. Машкова, А. М. Организационная и материальная база международного молодежного туризма в СССР в 1960-е годы / А. М. Машкова // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – №6. – С. 42-49.
42. Мелькумова, Т. В. Понятия транспортной доступности и подвижности населения / Т. В. Мелькумова, Н. В. Аникин, Р. А. Чесноков // Автомобили, транспортные системы и процессы: настоящее, прошлое и будущее : сборник статей 2-й Международной научно-технической конференции. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 202-205.
43. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов : Минэкономики РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477 [Электронный ресурс]. URL.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28224/ (дата обращения: 30.01.2022).

44. Морозов, М. А. Транспортная доступность как фактор привлекательности и конкурентоспособности туристской дестинации / М. А. Морозов, М. М. Морозов // Транспортное дело России. – 2017. – №. 6. – С. 85-86.

45. Назарбаева, Е. А. Социальный туризм в России: потенциальные туристы и доступные возможности / Е. А. Назарбаева // Журнал исследований социальной политики. – 2020. – Т. 18, №. 1. – С. 53-68.

46. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая : от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 09.03.2022) // [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 20.03.2022).

47. О государственной социальной помощи : Федеральный закон от 17.07.1999 № 178-ФЗ (ред. от 01.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) [Электронный ресурс]. URL.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23735/ (дата обращения: 20.01.2022).

48. О дальнейшем развитии и улучшении организации санаторно-курортного обслуживания, туризма и отдыха трудящихся : Постановление Президиума Всесоюзного Центрального Совета Профсоюзов от 26 апреля 1988 года № 5-1. – Ведомости съезда народных депутатов СССР и Верховного Совета СССР. – 1990. – № 27.

49. О молодежной политике в Российской Федерации : Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202012300003> (дата обращения: 15.01.2022).

50. О порядке оценки коррупционных рисков, возникающих при реализации функций Федеральным агентством по туризму : Приказ Ростуризма от 02.09.2013 № 271-Пр-13 [Электронный ресурс]. URL.: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154129/ (дата обращения: 30.01.2022).

51. О порядке предоставления рабочим, направляемым в составе туристских групп за границу, путевок на льготных условиях : Постановление Президиума ВЦСПС от 13 ноября 1970 г. – Сб. действ. постановлений ВЦСПС. – М., 1981. – Т. 3. – С. 463–464.

52. О порядке финансового обеспечения расходов по предоставлению гражданам государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг : Постановление Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. № 864 [Электронный ресурс]. URL.: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102090526> (дата обращения: 20.01.2022).

53. Об организации санаторно-курортного лечения в санаториях органов прокуратуры Российской Федерации : Приказ Генпрокуратуры России от 03.12.2012 № 439 [Электронный ресурс]. URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=209289> (дата обращения: 30.01.2022).

54. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (с изменениями на 02.07.2021) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения 07.01.2022).

55. Об утверждении ведомственного плана по реализации мероприятий «дорожной карты» по содействию развитию конкуренции на рынке санаторно-курортных и туристских услуг в Краснодарском крае : Приказ Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия от 01.02.2022 № 9 [Электронный ресурс]. URL.: <https://kurort.krasnodar.ru/documents/npa/45086> (дата обращения: 20.01.2022).

56. Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие туризма : Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 № 2439 [Электронный ресурс]. URL:

<http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf>
(дата обращения: 15.01.2022).

57. Об утверждении Положения о льготах для инвалидов Отечественной войны и семей погибших военнослужащих : Постановление СМ СССР от 23 февраля 1981 г. № 209 (с изм. и доп.). – Собрание постановлений правительства СССР. – 1981. – № 12. – С. 71.

58. Об утверждении Правил предоставления в 2021 году из федерального бюджета субсидии акционерному обществу "Национальная система платежных карт" на реализацию программы поддержки доступных внутренних туристских поездок в организации отдыха детей и их оздоровления через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги : Постановление Правительства Российской Федерации от 19 мая 2021 г. № 759 [Электронный ресурс]. URL.: <http://static.government.ru/media/files/sYQJmv0LynEaYQAMIDYjZbgYscpE5Drt.pdf>
(дата обращения: 20.02.2022).

59. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета на грантовую поддержку общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма : Постановление Правительства РФ от 07.12.2019 № 1619 (ред. от 11.08.2020) [Электронный ресурс]. URL.: <https://docs.cntd.ru/document/564053273> (дата обращения: 30.01.2022).

60. Об утверждении СП 59.13330.2020 «СНиП 35-01-2001 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения : Приказ Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 30 декабря 2020 года № 904/пр [Электронный ресурс]. URL.: <https://docs.cntd.ru/document/573659328> (дата обращения: 30.01.2022).

61. Орлов, И. Б. Сквозь «железный занавес». Руссо туристо: советский выездной туризм, 1955–1991 / И.Б. Орлов, А.Д. Попов.- М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 351 с.

62. Офицерова, Н. А. Формирование безбарьерной среды для развития доступного туризма: отечественный и зарубежный опыт / Н.А. Офицерова, О.Г. Солнцева, Ю. Цунаева // Вестник университета. – 2018. – №. 1. – С. 90-95.

63. Официальный сайт ВАО «Интурист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intourist.com/main.aspx?currency=USD> (дата обращения 07.11.2020).

64. Официальный отчёт IMSERSO Programas de Promoción del Envejecimiento Activo за 2019 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imserso.es/InterPresent1/groups/imserso/documents/binario/informeannual2019.pdf> (дата обращения: 20.09.2020).

65. Официальный сайт Family Holiday Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.familyholidayassociation.org.uk/apply-for-a-break/breaks/> (дата обращения: 20.09.2020).

66. Официальный сайт INATEL [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-\(2\)/Fundacao.aspx](https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-(2)/Fundacao.aspx) (дата обращения: 20.09.2020).

67. Официальный сайт VLAANDEREN.be [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.toerismevlaanderen.be/concrete-steunmaatregelen-voor-toeristische-sector> (дата обращения: 20.09.2020).

68. Официальный сайт Ассоциации развития социального туризма [Электронный ресурс]. URL.: http://aorst.ru/?page_id=11679 (дата обращения: 10.01.2022).

69. Официальный сайт ООО «ББМТ «Спутник» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sputnik.travel/> (дата обращения 07.11.2020).

70. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 28.02.2022).

71. Официальный сайт ЦСТЭ Холдинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cctr.ru/o-kompanii/> (дата обращения 07.11.2020).

72. Патрушев, В. Д. Изменения в использовании свободного времени городского населения за двадцать лет (1965-1986 гг.) // XII Всемирный социологический конгресс. – 1991. – № 3. – С. 24-32.

73. Правила акции Оператора «Стимулирование доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги в рамках Программы лояльности для держателей карт «Мир» // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL.: <https://privetmir.ru/russiatravel/rules.pdf> (дата обращения: 20.01.2022).

74. Правительство утвердило правила возврата части стоимости путёвок в детские лагеря // Правительство России [Электронный ресурс]. URL.: <http://government.ru/docs/42263/> (дата обращения: 30.01.2022).

75. Предоставление путевки на санаторно-курортное лечение в территориальных органах Фонда // Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.gosuslugi.ru/15881/2/info> (дата обращения: 30.01.2022).

76. Презентация Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL.: https://tourism.gov.ru/upload/iblock/e6c/%D0%9D%D0%9F_%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B8_%D0%98%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%93%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0_2021.pdf (дата обращения: 30.01.2022)

77. Профсоюзы на распутье. Рабочий документ MOT/ACTRAV // Международная организация труда. – 2020.

78. Путинцева, Н. Н. О стратегии повышения эффективности использования рекреационного потенциала региона / Н. Н. Путинцева // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2006. – № 6. – С.149-153.

79. Путрик, Ю. С. История туризма: учеб. / Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с.

80. Путрик, Ю. С. Развитие социального туризма в СССР и Российской Федерации (70-е г. XX В. Начало XXI в.) / Ю.С. Путрик // Известия АлтГУ. – 2008. – № 4-5. – С. 169-173.

81. Путрик, Ю. С. Советский опыт и преемственность традиций в отечественном туризме / Ю.С. Путрик // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 3. – С. 177-181.

82. Пыткин, А. Н. Организационно-экономический механизм управления предприятиями энергетики : монография / А.Н. Пыткин, А.И. Хисамова. – Пермь : АНО ВО «Пермский институт экономики и финансов», 2014.

83. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 512 с.

84. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 21 декабря 2020 года // [Электронный ресурс]. URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/75/229> (дата обращения: 15.01.2022).

85. Рекомендации по доступному туризму // Генеральная Ассамблея ЮНВТО. [Электронный ресурс]. URL.: <https://pomorland.pro/upload/iblock/f0c/f0c9919761d2b82aa554089f90bd32c0.pdf> (дата обращения: 20.01.2022).

86. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – 4-е изд. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 882 с.

87. Сафонов: развитие туризма поддерживает 53 смежные отрасли / АСС, информационное агентство. [Электронный ресурс]. URL.: <https://tass.ru/ekonomika/4723480> (дата обращения: 20.01.2022).

88. Семченко, И. В. Формирование современного взгляда на развитие инклюзивности в туризме / И. В. Семченко, Е. В. Нежелъченко, С. Н. Ясенок, Ю. А. Болтенко // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, № 4. – С. 34-50.

89. Семченко, И. В. Современный подход к понятию инклюзивного туризма / И. В. Семченко, Ю. И. Здоровец // Экономико-управленческий конгресс : сборник статей по материалам Международного научно-практического

мероприятия, Белгород, 30 октября 2020 года. – Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2020. – С. 225-228.

90. Сердобольская, И. О. Социальный туризм: пути совершенствования государственного регулирования в России / И. О. Сердобольская. - Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2005. – 205 с.

91. Статистические показатели, характеризующую туристскую отрасль / Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: [https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii-/](https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii/) (дата обращения: 13.12.2021).

92. Татаринов, А.,А. Методология статистической оценки и анализа развития рекреационно-туристических регионов : дис. ...д-ра экон. наук : 08.00.11 / Татаринов Андрей Анатольевич. – М. – 1998. – 325 с.

93. Трофимов, Е. Н. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского / Е.Н. Трофимов. М. – Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

94. Трофимов, Е. Н. Социальный туризм – путь к оздоровлению российской нации / Е.Н. Трофимов // Российская международная академия туризма. – № 3(22). – 2013. – С. 138-146.

95. Труд и занятость в России. 2019 / под ред. К.Э. Лайкам. – Москва.: Росстат, 2019. – 135 с.

96. Труды Съезда по улучшению отечественных лечебных местностей, состоящего под Высочайшим Его Императорского Величества покровительством. – Т. 1, вып. 3. – Петроград, 1915 (2016). – 679 с.

97. Удальцова, Н. Л. Организационно-экономический механизм функционирования отрасли национальной экономики / Н.Л. Удальцова // Экономические науки. – 2012. – № 6 (91). – С. 94-98.

98. Усыскин, Г. С. Очерки истории российского туризма. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 208 с.

99. Фадеев, Б. Г. Деятельность советских профсоюзов по развитию туризма и экскурсий в стране в период развернутого строительства коммунизма в СССР (1959-1970 гг.): автореф. дисс. канд. ист. Наук / Б. Г. Фадеев. – М., 1974. – 28 с.
100. Чаленко, А. Ю. О понятийной неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях / А. Ю. Чаленко // Экономика промышленности. – 2010. - № 3 (51). – С. 26-33.
101. Чекайкина Е. С. Становление социальной сферы России в конце XIX – начале XX вв / Е. С. Чекайкина // Актуальные проблемы массовой коммуникации: опыт прошлого – проблемы настоящего. – 2009. – № 3. – С. 128-132.
102. Численность инвалидов по возрастным группам в разрезе субъектов РФ // Пенсионный Фонд Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <https://sfri.ru/analitika/chislennost/chislennost/chislennost-po-vozrastu?territory=undefined> (дата обращения: 28.02.2022)
103. Чернобай, П. Д. Социальная напряженность: опыт измерения / П. Д. Чернобай // Социологические исследования. – 1992. – № 7. – С. 94-98.
104. Чуваткин, П. П. Оптимизация транзакционных издержек в рекреационно-туристской сфере / П.П. Чуваткин, А.Ю. Боджгуа // Вестник Академии знаний. – 2018. – №5 (28). – С. 364-371.
105. Чуваткин, П. П. Формирование институциональной среды социально ориентированного туризма / П.П. Чуваткин, А.Ю. Боджгуа // ЕГИ. – 2021. – №5 (37). – С. 317-329.
106. Чудновский, А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А.Жукова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 304 с.
107. Шабашев, В. А. Уровень жизни, качество жизни, социальная защищенность общее и особенное / В.А. Шабашев, Е.А. Морозова // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2005. – № 6. – С. 103-109.

108. Швец, И. Ю. Модели ценовой политики на различных стадиях развития турпродукта / И. Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 66. – С. 159-169.

109. Шнорр, Ж. П. Организация социального туризма: региональные аспекты, проблемы, совершенствование / Ж. П. Шнорр, Н. А. Щетинина, А. А. Попова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 2(93). – С. 34-44.

110. Электронный портал «Мир путешествий» // Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. URL.: <https://xn--b1afakdgpzinidi6e.xn--p1ai/> (дата обращения: 20.01.2022).

111. Юдина, Е. В. Государственное регулирование туризма в СССР / Е.В. Юдина // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917-2017 гг. – 2017. – С. 372-376.

112. Якунин, П. Н. Оценивание транспортной доступности для целей организации предпринимательской деятельности по доставке туристов в удаленные дестинации / П.Н. Якунин // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2011. – №4. – С. 160-170.

113. Acs, G. An Assessment of the Income and Expenses of America's Low-Income Families Using Survey Data from the National Survey of America's Families / G. Acs, A. Nichols // National Poverty Center Working Paper Series. – 2006. – № 06 (37). – 49 p.

114. Barkin, D. Social tourism in rural communities: An instrument for promoting sustainable resource management / D. Barkin. // Paper prepared for delivery of the 2000 meeting of the Latin American Studies Association – Hyatt Regency / Miami. – 2000. – P. 25-31.

115. Brightbill, C. The Challenge of Leisure / C. Brightbill // Literary Licensing, LLC, 2012. – 120 p.

116. Calypso study on social tourism in Belgium // Calypso research paper. – 2010. – 25 p.

117. Calypso study on social tourism in France // Calypso research paper. – 2010. – 59 p.
118. Calypso study on social tourism in Spain // Calypso research paper. –2010. –30 p.
119. Cisneros-Martínez, J. The contribution of social tourism to sustainable tourism: a case study of seasonally adjusted programmes in Spain / J. Cisneros-Martínez, S. McCabe, A. Fernández-Morales // Journal of Sustainable Tourism. – 2017. – № 25. – P. 1-23.
120. Convention on the Rights of Persons with Disabilities // The United Nations, 2006. [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.ohchr.org/en/hrbodies/crpd/pages/conventionrightspersonswithdisabilities.aspx> (дата обращения: 12.12.2021).
121. Diekmann, A. Handbook of Social Tourism / A. Diekmann, S. McCabe // Edward Elgar Publishing Limited, 2020. – 72 p.
122. Economic contribution of tourism and beyond / World Tourism Organization, 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/statistic-data-economic-contribution-of-tourism-and-beyond> (дата обращения: 16.12.2021),
123. Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe – Final report // European Commission [Электронный ресурс]. URL.: <file:///C:/Users/MSI/Downloads/STUDY%20A%20Presentation%20of%20results%20-%20February%202014.pdf> (дата обращения: 30.01.2022),
124. Europe 2020 indicators - poverty and social exclusion // Eurostat, 2020. [Электронный ресурс]. URL.: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Europe_2020_indicators_-_poverty_and_social_exclusion&oldid=394836#:~:text=The%20Europe%202020%20strategy%20has,compared%20to%20the%20year%202008.&text=Almost%20every%20fourth%20person%20in,one%20of%20its%20three%20forms. (дата обращения: 15.12.2021),
125. Ghimire, H. Social Tourism: An Alternative Tourism in Nepal The Gaze / H. Ghimire // Journal of Tourism and Hospitality. – 2016. – № 6 (98). – P. 98-115,

126. Hurwicz, L. Designing Economic Mechanisms / L. Hurwicz, S. Reiter // Cambridge University Press, 2006. – 356 с.

127. ILO guidelines on decent work and socially responsible tourism / International Labour Organization, 2017. [Электронный ресурс]. URL.: https://www.isto.international/wp-content/uploads/2021/12/wcms_546337-1.pdf (дата обращения: 16.12.2021)

128. International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the Covid-19 crisis / World Trade Organization, 2020. [Электронный ресурс]. URL.: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202011_e.pdf (дата обращения: 12.12.2021)

129. Khan, M. Economical impact of tourism and role of tourism financing in India / M. Khan, C. Khan // Plant Archives. – 2017. – № 17. – P. 315-320,

130. Khatri, K. A Study of Accessibility of Hotel Chains, Public Transportation and Ferry Companies in Helsinki / K. Khatri, R. Shrestha, U. Mahat // Laurea University of Applied Sciences. – 2012. – 52 p.

131. Kourilova, J. Social Tourism Support in the Czech Republic / J. Kourilova, L. Kratochvilova // Czech Journal of Tourism. – 2014. – №. 3. – P. 63-81

132. Lujun, S. Effects of Destination Social Responsibility and Tourism Impacts on Residents Support for Tourism and Perceived Quality of Life / S. Lujun, S. Huang // Journal of Hospitality & Tourism Research. – 2016. – № 42 (2). – P. 111-119.

133. McCann, D. The daily patterns of time use for parents of children with complex needs: A systematic review / D. McCann, R. Bull, T. Winzenberg // Journal of Child Health Care. – 2012. – № 16 (1). – P. 26-52,

134. Minnaert, L. What is social tourism? / L. Minnaert, R. Maitland, G. Miller // Current Issues in Tourism. – 2011. – № 14(5). – P. 403-415.

135. Pagán-Rodríguez, R. How do disabled individuals spend their leisure time? / R. Pagán-Rodríguez // Disability and Health Journal. – 2014. – № 7 (2). – P. 196-205.

136. Pagán-Rodríguez, R. How Do Leisure Activities Impact on Life Satisfaction? Evidence for German People with Disabilities / R. Pagán-Rodríguez // *Applied Research Quality Life*. – 2015. – № 10. – P. 557–572.
137. Pagán-Rodríguez, R. Time allocation of disabled individuals / R. Pagán-Rodríguez // *Social Science & Medicine*. – 2013. – № 84. – P. 80-93.
138. Pyke, J. Social tourism and well-being in a first nation community / J. Pyke, S. Pyke, R. Watuwa // *Annals of Tourism Research*. – 2019. – №77. – P.38-48.
139. Rout, H. B. Socio-economic impacts of tourism in India: An empirical analysis / H.B. Rout, P.K. Mishra, B.B. Pradhan // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2016. – № 7. – P. 762-768.
140. Salnikov, V. G. The historical sketch of social tourism development in USSR / V.G. Salnikov, A.S. Aktymbayeva, Zh.M. Assipova // *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*. – 2013. – № 1(36). – P. 65-71.
141. Sedgley, D. Social tourism & older people: the IMSERSO initiative / D. Sedgley, C. Haven-Tang, P. Espeso-Molinero // *Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events* . – 2018. – № 10 (3). – 22 p.
142. The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19 / World Tourism Organization, 2021. [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284423200> (дата обращения: 12.12.2021).
143. Vinogradova, M. Development of social tourism: organizational, institutional, and financial aspects / M. Vinogradova, A. Larionova, I. Suslova, E. Povorina, N. Korsunova // *Regional and Sectoral Economic Studies*. – 2015. – № 15 (2). – P. 123-136.
144. Vora-Sittha, P. Economic Impact of Tourism Accommodation: Thailand / P. Vora-Sittha // *Asian Social Science*. – 2016. – №12. – P. 222 – 230.
145. Zeng, B. What do We Know About Social Media in Tourism? A Review / B. Zeng, R. Gerritsen // *Tourism Management Perspectives*. – 2014. – №10. – P. 27–36.
146. Zhou, D. Estimating Economic Impacts from Tourism / D. Zhou, J. Yanagida // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – № 24. – P. 76-89.

Приложение А

Анкета «Преимущества и недостатки системы социального туризма в СССР»

Вопрос	Варианты ответов
Данные о респонденте	
Пол	Мужской
	Женский
Возраст	50-60 лет
	60-70 лет
	70-80 лет
	Старше 80 лет
Семейное положение	Женат / Замужем
	Холост / Не замужем
Основная часть	
1. Пользовались ли вы льготными путёвками в санатории и здравницы в советское время?	Да
	Нет
2. Насколько часто Вы совершали туристские поездки внутри страны в период СССР?	Не более 1 раза в 3-5 лет
	Не более 1 раза в 1-2 года
	1 раз в год
	2-3 раза в год
	4 раза в год и более
3. Насколько часто Вы совершали зарубежные туристские поездки в советский период?	Никогда
	1 раз в 3-5 лет
	1 раз в 1-2 года
	ежегодно
4. Считаете ли Вы стоимость путёвки в советский период для Вас приемлемой?	да
	нет
5. Как Вы можете охарактеризовать процесс получения льготной путёвки во времена СССР? Дайте оценку от 0 до 5	Время ожидания
	Информационная доступность
	Прозрачность процесса
	Бюрократизация процесса
6. Как вы можете оценить качество туристских услуг в советский период?	Неудовлетворительно
	Удовлетворительно
	Хорошо
	Отлично
7. Какие преимущества системы социального туризма в СССР Вы могли бы выделить?	
8. Какие недостатки системы социального туризма в СССР Вы могли бы выделить?	

Источник: составлено автором

Приложение Б

Таблица Б - Особенности ваучерной модели социального туризма во Франции, Швейцарии Венгрии, Италии, Румынии

Страна	Бенефициары	Закупщики ваучеров	Эмитент	Поставщики туристских услуг	Финансирование
Франция	Сотрудники коммерческих предприятий или государственных органов независимо от уровня доходов.	Коммерческие предприятия и государственные органы, самостоятельно определяющие условия выдачи ваучера.	Национальное агентство отпускных чеков, государственное промышленное и торговое предприятие	Средства размещения, питания, объекты спортивного отдыха, организаторы культурных мероприятий, услуги транспорта.	Комиссионные отчисления, выплачиваемые ANCV: · 1% для закупщиков ваучеров. · 2,5 % для поставщиков при обналичивании ваучера. Для предприятий сумма, полученная от продажи ваучеров, освобождается от уплаты налогов. Приобретение ваучера осуществляется за счёт личных средств работника, средств работодателя и профессионального комитета.
Швейцария	Работники бюджетных и коммерческих предприятий	Предприятия коммерческого характера, бюджетные учреждения	Касса путешествий REKA	Предприятия сферы туризма, отдыха, гастрономии, общественного питания и мобильности (например, заправочные станции, железные дороги и т. д.)	REKA финансируется Швейцарским Туристическим Фондом. С поставщиков взимается комиссия за транзакцию: 3% на REKA-Check и REKA-Rail и 2,5% на REKA-Lunch. Сотрудники приобретают ваучеры со скидкой 20%. Суммы закупки ваучеров предприятием освобождается от налогов
Венгрия	Сотрудники (и члены семей) из частных компаний. Государственные служащие (и члены семей) из бюджетных учреждений и органов местного самоуправления	Экономические корпорации и другие компании. Бюджетные учреждения и органы местного самоуправления для государственных служащих и их родственников	Венгерский национальный фонд отдыха	Объекты проживания, транспортных услуг, организаторы фестивалей, спортивных мероприятий объекты термального отдыха, культуры и т. д.	Работодатель за собственные средства покупает рекреационный чек и уплачивает 25% от стоимости чека в виде налога + дополнительный налог в размере 5,5% в Венгерский национальный фонд отдыха

Продолжение таблицы Б

Италия	Семьи с низким уровнем дохода	Непосредственно бенефициары, оставившие заявку через веб-сервис	Ассоциация отпускных ваучеров Италии после подписания протокола поддержки заявки Ассоциацией итальянских муниципалитетов (ANCI).	Ваучеры можно сразу использовать для оплаты любых туристических услуг, указанных в Путеводителе по отпускным ваучерам Италии или онлайн на веб-сайте.	Размер государственного взноса зависит от размера семьи и уровня её дохода. Семья должна выплатить определенный процент от ваучера в течение 10 дней с момента бронирования, а остальное будет профинансировано государством. Государственный взнос составляет от 20 до 45% от общей стоимости ваучера.
Румыния	Работники предприятий и государственные служащие (получают 70 % эмитированных чеков).	Государственные учреждения и частные компании	Основные частные эмитенты: Romticket, Accor, Sodexo, Cheque Dejeuner, Ticket Plus, Bluticket, Euroticket, etc.	Каждый эмитент устанавливает свой перечень поставщиков-партнёров.	Все расходы по приобретению ваучеров берут на себя предприятия-закупщики. Для них действуют налоговые льготы. Комиссия за обналичивание ваучеров: от 2,5 до 7% для туристических агентств, 10% для средств размещения.

Источник: составлено автором

Приложение В

Анкета «Факторы развития социального туризма»

С целью выявления факторов, оказывающих наибольшее влияние на развитие социального туризма, предлагаем Вам ранжировать представленные факторы от наиболее значимых к наименее.

Группа факторов	Фактор	Оценка
Экономические	уровень доходов населения	
	уровень цен на социально ориентированный туристский продукт, в том числе на транспортные услуги	
	уровень экономического развития государства, в целом, и туристской дестинации, в частности	
	объём прямых инвестиций в отрасль	
	объём государственных расходов на развитие социального туризма	
	маркетинговая политика социально направленного туристского продукта	
	уровень развития социального предпринимательства, государственная поддержка предприятий, оказывающих туристские услуги социально незащищенным категориям граждан	
Социально-демографические	качество жизни населения	
	уровень урбанизации и субурбанизации населения	
	демографический состав населения	
	уровень социо-культурного развития граждан	
	наличие свободного времени населения	
Материально-технические	приспособленность туристского продукта под нужды социальных туристов, в том числе уровень доступности среды для лиц с ограниченными возможностями;	
	транспортная и логистическая доступность туристских территорий	
	использование инновационных технологий в социальном туризме	
	качество обслуживания, сервисное обеспечение, соответствующее международным стандартам	
Политические	безопасность туристических поездок, политическая среда, уровень преступности и террористических угроз	
	политика государства в сфере поддержки социального предпринимательства и организаций, функционирующих в сфере социально ориентированного туризма	
	политика здравоохранения и социальной защиты населения	
	состояние нормативно-правовой базы, регулирующей систему предоставления льготных социально ориентированных туристских услуг	
Транзакционные	уровень информационной доступности	
	затраты на рекламу социально ориентированного турпродукта и на проведение маркетинговых исследований	
	транспортные и коммуникационные издержки социальных туристов	
	затраты социальных туристов на прохождение бюрократических процедур для получения льгот на туристские услуги	

Источник: составлено автором

Анкета «Туристская активность населения Краснодарского края»

Вопрос	Варианты ответов
Данные о респонденте	
Пол	Мужской
	Женский
Возраст	18 – 25 лет
	26 – 35 лет
	36 – 50 лет
	50 – 60 лет
Семейное положение	Женат / Замужем
	Холост / Не замужем
Ваш ежемесячный доход на одного члена семьи	
Основная часть	
9. Как часто Вы совершаете туристские поездки (до введения ковидных ограничений), включая внутренний и выездной туризм?	Не более 1 раза
	1 раз в год
	2-3 раза в год
	4 раза в год и более
10. Какова основная цель ваших поездок?	Посещение родственников и друзей
	Отдых и развлечения
	Образование
	Медицина
	Другое
11. Как часто в течение года Вы ездите за границу в туристских целях?	Очень редко
	1 раз в год
	2-3 раза в год
	Более 4 раз в год
12. Сколько раз в году Вы совершаете туристские поездки по территории РФ?	1 раз
	2-3 раза
	Не совершаю вообще
13. Какие места отдыха наиболее популярны для Вас в РФ?	
14. Какие источники финансирования Вы чаще всего используете для оплаты туристических услуг?	Личные накопления
	Кредиты и займы
	Государственные льготы
15. Укажите приоритетные направления расходов при появлении дополнительных источников финансирования	Туристская активность
	Накопление сбережений
	Текущие расходы на потребление
	Капитальные расходы (крупная бытовая техника, автомобиль, недвижимость)

Источник: составлено автором

Приложение Д

Анкета «Потребительские особенности различных групп туристов»

Предлагаем Вам расставить группы потребителей социально ориентированного туризма в градации от большего к меньшему по различным критериям, где 1 соответствует минимальному значению, а 5 – максимальному.

Потребительские особенности	Категория социально ориентированных туристов				
	Молодые люди	Пожилые люди	Лица с ОВЗ	Финансово неблагополучные семьи	Экономически активные граждане
Доля расходов на туристские услуги в общем объёме расходов					
Величина покупательской способности					
Продолжительность отдыха в одном месте					
Предпочтение к приобретению товаров и услуг местных предприятий во время отдыха					
Предпочтение к отдыху в межсезонье					
Предпочтение к повторному посещению туристской дестинации					
Необходимость в сопровождении во время путешествия					
Заинтересованность в новых турпродуктах и услугах					

Источник: составлено автором

Приложение Е

Анкета «Структура туристских затрат отдыхающих в г. Сочи»

Вопрос	Варианты ответов	
Пол	Мужской	
	Женский	
Возраст	18 – 25 лет	
	26 – 35 лет	
	36 – 50 лет	
	50 – 60 лет	
Семейное положение	Женат / Замужем	
	Холост / Не замужем	
Состав семьи	полная семья с одним и более ребенком	
	неполная семья с одним ребенком	
	семья без детей	
	одинокпроживающий	
Продолжительность туристской поездки		
Укажите направления расходов во время путешествия и их долю (%) в общем объеме расходов	Транспортные услуги	
	Розничная торговля	
	Предприятия общественного питания	
	Услуги связи	
	Медицинские услуги	
	Средства размещения	
	Развлекательные и культурные объекты	
	Прочее	

Источник: составлено автором

Приложение Ж

Анкета «Социально значимые виды туризма»

С целью выявления наиболее социально значимых видов туризма предлагаем Вам принять участие в опросе!

Ниже представлено 12 различных видов туризма. Оцените социальную значимость предложенных видов туризма, ранжировав их от 1 до 12, где 1 соответствует максимальной социальной значимости, а 12 – минимальная.

№	Вид туризма	Оценки от «1» до «12»
1	Событийный	
2	Религиозно-паломнический	
3	Санаторно-курортный	
4	Лечебный	
5	Экологический	
6	Культурно-познавательный	
7	Агротуризм	
8	Научно-образовательный	
9	Военно-патриотический	
10	Этнографический	
11	Спортивный	
12	Экстремальный	

Источник: составлено автором

Справка об использовании результатов диссертационного исследования
от Управления по развитию курортов
Администрации муниципального образования Туапсинский район



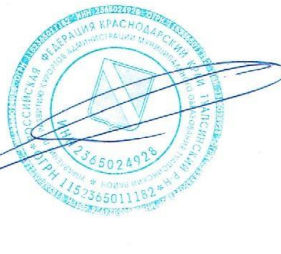
Справка

об использовании результатов диссертационного исследования

Дана Горбатовой Алёне Алексеевне в том, что отдельные результаты диссертации «Организационно-экономический механизм развития социального туризма» использованы в процессе разработки предложений по развитию курортно-туристской отрасли, обеспечивающей потребности граждан в санаторно-курортном оздоровлении, отдыхе и туризме, рациональному использованию природного, исторического и культурного наследия Туапсинского района, в частности результаты социологического исследования, элементы организационно-экономического механизма развития социально ориентированного туризма, структуры специализированного туристского продукта.

Справка дана для представления в диссертационный совет Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Начальник управления



С.А. Доморат

Справка о внедрении результатов от
ФГБУН «Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр Российской академии наук»

Федеральное государственное
бюджетное учреждение науки
«Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр»
Российской академии наук»
(ФИЦ СНЦ РАН)

Яна Фабрициуса ул., д. 2/28, город Сочи,
Краснодарский край, 354002, тел. (862) 200-18-22;
e-mail: subplod@mail.ru; <https://www.vniisubtrop.ru>;
ОКПО 00497746; ОГРН 1022302831154;
ИНН/КПП 2319010293/231901001

140320022 № 24.0

СПРАВКА

**о внедрении результатов, полученных в ходе выполнения
диссертационной работы
Горбатовой Алёны Алексеевны**

Дана Горбатовой Алёне Алексеевне в том, что результаты кандидатской диссертации Горбатовой А.А. на тему «Организационно-экономический механизм развития социального туризма» на соискание учёной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: рекреация и туризм» использованы при выполнении научно-исследовательской работы «Теоретико-методологические основы формирования пространственного и инновационного развития рекреационно-туристской сферы Российской Федерации» (№ 0492-2021-0016) в рамках выполнения государственного задания.

Диссертация Горбатовой А.А. выполнялась по гранту РФФИ № 20-310-90011/20 «Исследование организационных и институциональных факторов развития социального туризма в контексте устойчивого социально-экономического развития».

Заместитель директора по науке
ФГБУН «Федеральный исследовательский
центр «Субтропический научный центр
Российской Академии Наук»

Н.А. Яицкая



Справка об использовании результатов диссертационного исследования
От ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе»



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«САНАТОРИЙ им. М.В. ФРУНЗЕ»

РФ, 354019, г. Сочи, Курортный проспект, 87,
тел./факс: (862)267-16-70

р/с 40702810230060000124
Юго-Западный Банк ПАО Сбербанк России
г. Ростов-на-Дону
БИК 046015602
к/с 30101810600000000602
ИНН 231 905 769 3

СПРАВКА

об использовании результатов диссертационного исследования

от 21.03.2022 г. № 46

Дана Горбатовой Алене Алексеевне в том, что отдельные результаты диссертации «Организационно-экономический механизм развития социального туризма» на соискание учёной степени кандидата экономических наук использованы при формировании системы предоставления специализированных туристских услуг социально незащищённым категориям потребителей, в частности, предложенная структура специализированного туристского продукта с учетом выявленных потребительских особенностей отдыхающих с детьми.

Справка дана для предъявления в диссертационный совет Д 900.006.15 при ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского».

Генеральный директор
ООО «Санаторий им. М.В. Фрунзе»

М.Д. Хетагуров
М.Д. Хетагуров

