



ЕКОНОМІКА ВОЄННОГО ЧАСУ

УДК 338.482:316:332.1(045)

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.12773016>

Проекти соціального туризму: регіональний рівень

Онищук Наталя Вікторівна

к.е.н., доцент, Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету м. Вінниця, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2513-2259>

Прийнято: 15.07.2024 | Опубліковано: 29.07.2024

***Анотація.** Для України, де соціальний туризм не мав правового статусу, не визнаний на державному рівні, ідентичному європейському, проблема його розвитку знаходиться здавалось би у далекій мирній перспективі. Втім, для підтримки населення, побудови сучасного суспільства, започаткування його сталих форм та моделей є вкрай важливим розвивати соціальний туризм вже тепер.*

Низька результативність впровадження проєктів соціального туризму вимагає започаткування солідарної відповідальності держави, роботодавців, інвесторів, суспільства в частині реалізації права на отримання послуг соціального туризму громадянами країни.

Мета статті полягає у тому що б на прикладі реалізованих проєктів соціального туризму Вінниччини довести можливість та перспективність його розвитку в умовах воєнного стану.

З цією метою для науковців, державних установ, представників туристичного бізнесу, потенційних інвесторів та спонсорів, які працюють в Україні над розв'язанням проблем вітчизняного соціального туризму, у



статті розглянуті реалізовані проекти соціального туризму на Вінничині в умовах воєнного стану, окреслені додаткові можливості які дозволяють наділити цю сферу не лише юридичним статусом, а й інтегрувати її як окремий напрям у програми соціального розвитку населення на рівні регіону.

Розглянуто моделі розвитку соціального туризму та їх застосування в умовах воєнного стану. Визначено важливість забезпечення соціальної відповідальності як концепції, яка інтегрує у собі національну стратегію, загальнолюдські цінності й етичну поведінку туристичних організацій, туристів, працівників, органів влади, інститутів громадянського суспільства. Сформульовано тезу що нові проекти будуть не тільки сприяти розвитку соціального туризму, але й підвищать загальну доступність та інклюзивність туристичних послуг у м. Вінниці, зміцнюючи репутацію туристичних компаній як соціально відповідального бізнесу.

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

Ключові слова: *соціальний туризм, проекти, соціально-відповідальний бізнес.*

Social tourism projects: regional level

Natalia Onyshchuk

PhD in Economics, Associate Professor (USURT) Vinnytsia Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics, Vinnitsa, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-2513-2259>

Abstract. *For Ukraine, where social tourism did not have a legal status, was not recognized at the state level identical to the European one, the problem of its development seems to lie in a distant peaceful perspective. However, in order to*



support the population, build a modern society, and initiate its sustainable forms and models, it is extremely important to develop social tourism already now.

The low effectiveness of the implementation of social tourism projects requires the initiation of joint responsibility of the state, employers, investors, and society in terms of the realization of the right to receive social tourism services by citizens of the country.

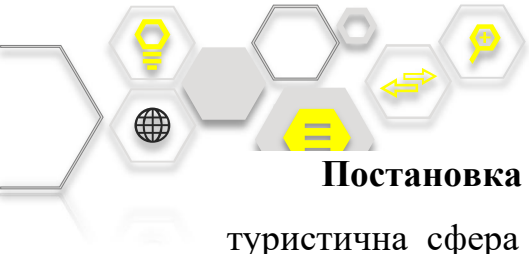
The purpose of the article is to use the example of implemented projects of social tourism in Vinnytsia to prove the possibility and perspective of its development in the conditions of martial law.

To this end, for scientists, state institutions, representatives of the tourism business, potential investors and sponsors who work in Ukraine to solve the problems of domestic social tourism, the article reviews implemented social tourism projects in Vinnytsia under martial law, outlines additional opportunities that allow to give this sphere not only a legal status, but also to integrate it as a separate direction in the social development programs of the population at the regional level.

Models of the development of social tourism and their application in the conditions of martial law are considered. The importance of ensuring social responsibility as a concept that integrates the national strategy, universal human values and ethical behavior of tourist organizations, tourists, workers, authorities, public society institutions is determined. The thesis was formulated that the new projects will not only contribute to the development of social tourism, but also increase the general availability and inclusiveness of tourist services in the city of Vinnytsia, strengthening the reputation of tourism companies as socially responsible businesses.

The formation of social tourism in Ukraine, thus, can become not only an important factor of social integration, but also a powerful catalyst for economic growth and development of the tourism industry.

Keywords: *social tourism, projects, socially responsible business.*

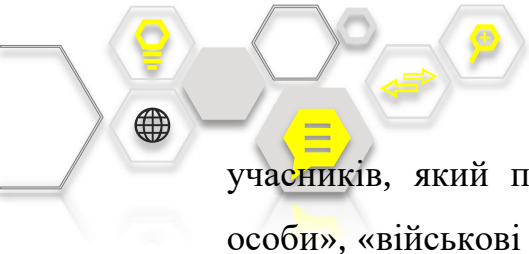


Постановка проблеми. Глобальні виклики з якими стикалась туристична сфера України змушували її шукати життєздатні рішення без державної підтримки. Пандемія COVID-19 дала поштовх розвитку внутрішнього туризму, покращила сервісну діяльність готелів, популяризувала сільський (зелений) туризм. Повномасштабне вторгнення РФ вплинуло на медійну відомість нашої держави, що є джерелом конструювання туристичних промо-акцій та промо-кампаній, зокрема, для потенційного іноземного туриста. У нашому суспільстві виник запит на військовий, «темний», соціальний туризм.

Саме соціальний туризм може стати одним із рятівних напрямів туристичної галузі в майбутньому. Адже категорії населення та їх кількість, які мають особливу потребу і заслуговують на державну підтримку (військовослужбовці і їх родини, внутрішньо переміщені особи, соціально незахищені верстви населення) нажаль зростають у нашій державі.

На даний час, у зв'язку з обмеженістю фінансових можливостей підтримки багатьох галузей національної економіки, соціальний туризм не буде отримувати належної державної підтримки. В цьому контексті особливого значення набуває необхідність пошуку можливостей для розвитку соціального туризму в Україні в умовах війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток концепції та практик соціального туризму зробили такі вітчизняні науковці як Голод А.П., Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г., які удосконалили організаційну структуру соціального туризму як систему, яка складається з трьох блоків, які відрізняються між собою специфікою організації та надання туристичних послуг відповідно до соціального статусу основного контингенту його учасників. Також авторами були окреслені перешкоди, які стримують розвиток соціального туризму, серед яких «відсутність стимулів для розвитку соціального туризму» [1]. На сьогодні, в умовах війни, спостерігається стійкий запит на соціальний туризм серед суспільства і цю тенденцію треба розглядати як передумову його розвитку, також необхідно переглянути контингент



учасників, який поповнився такими групами як «внутрішньо переміщені особи», «військові та члени їх сімей».

Ми погоджуємося з думкою Задорожної К.І. про те що крім проблем вітчизняного соціального туризму, необхідно шукати додаткові можливості, щоб домагатись наділити цю сферу не лише юридичним статусом, а й інтегрувати її як окремий напрям у програми соціального розвитку населення [2]. Але в умовах децентралізації такі програми можуть бути як державного так і регіонального рівня.

У своїх працях Люта Д.А. [3] Хитрова О.А. [9] проводить порівняльний аналіз специфіки організації соціального туризму в Україні та за кордоном. На сьогодні ці практики нажаль не можна інтегрувати тому що туристична галузь сьогодні виживає виключно в ринкових умовах, самотужки адаптуючись, без державної підтримки.

Погоджуємося з думкою Метеленко Н.Г., Семенова А.Г., Ярошевської О.В. які визначають що соціалізація послуг туристичних підприємств сприяє розвитку економіки і суспільства, пропонуючи можливості для створення робочих місць і нових форм підприємництва та зайнятості; допомагає подолати соціальну ізоляцію за рахунок працевлаштування людей з обмеженими можливостями та надання їм специфічно організованих виключно для них туристичних послуг; активує гуманітарну складову розвитку суспільства; сприяє розвитку широкого спектра соціальних послуг, необхідних суспільству, але якими не прагнуть займатися інші сфери бізнесу; сприяє розширенню соціальних програм регіону [4]. Про визначення соціальних чинників діяльності туристичних підприємств як основи для підвищення їх конкурентоспроможності йдеться в працях Сазонця І. Л., Джинджояна В. В. [8], Панченко С.А. [6],

Заслуговують уваги праці Миронова Ю.Б., Михальського Ю.В. [5], Рогового А. В., Забаштанського М. М. [7], які присвячені вивченню дієвих соціально-економічних механізмів розвитку соціального партнерства як детермінанти розвитку соціального туризму в Україні. Натомість механізми



розвитку соціального партнерства в умовах воєнного стану потребують нових антикризових підходів.

Серед зарубіжних науковців проєкти соціального розвитку, самостимулювання досліджували Л. Міннаерт, Р. Майтланд Г. Міллер [11], В. Сміт, Х. Хуге, Ф. [12], К. Гріффін, Д. Стейсі, [10]. У своїх працях автори звертаються до системи соціального туризму в Європі, втім основний наголос роблять не на гуманітарному, а на практичному аспекті, тобто здобутках від його розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Низька результативність впровадження проєктів соціального туризму в умовах воєнного стану вимагає пошуку нових можливостей, нових проєктів, започаткування солідарної відповідальності держави, роботодавців, інвесторів, суспільства в частині реалізації права на отримання послуг соціального туризму. За цих умов набуло особливого значення створення нових підходів до реалізації соціальної політики держави, зміни пріоритетів її спрямування. Сукупність вище зазначених факторів сформувало необхідність розгляду соціального туризму як особливого інструменту вирішення соціальних проблем сучасного суспільства, який може виступити специфічним механізмом соціальної інтеграції та могутнім каталізатором економічного зростання та розвитку туристичної галузі.

Мета статті. Метою даного дослідження є поглиблення концептуальних засад розвитку соціального туризму в умовах глобальних викликів. З цією метою на прикладі реалізованих проєктів соціального туризму Вінниччини довести можливість та перспективність його розвитку в умовах воєнного стану; дослідити реалізацію моделей соціального туризму на регіональному рівні; визначити переваги застосування концепції соціальної відповідальності для бізнесу, суспільства, державних органів влади; окреслити перспективи розвитку соціального туризму в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Моделі розвитку соціального туризму в умовах глобальних змін були запропоновані Роговим А. та Забаштанським М. рис. 1 [7].

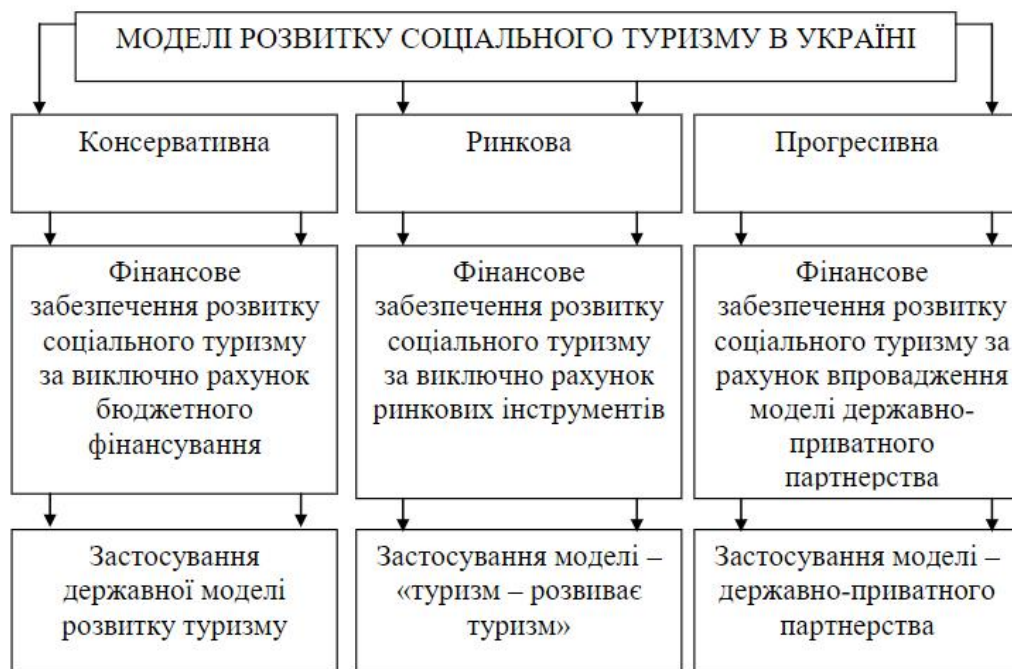


Рис. 1 Моделі розвитку соціального туризму в Україні [7].

Автори прийшли до висновку що цілям соціальної політики за участі державних органів влади відповідає саме прогресивна модель розвитку соціального туризму в Україні, яка базується на формуванні солідарної відповідальності держави, роботодавців, а також суб'єктів соціального туризму та формує необхідне підґрунтя для її розвитку. Використання даної моделі дозволяє поєднати різні джерела фінансових ресурсів необхідних для активного розвитку соціального туризму.

Прикладом застосування прогресивної моделі є реалізовані проекти соціального туризму на Вінниччині [13].

Після початку повномасштабного вторгнення Вінниця стала прихистком для великої кількості внутрішньо переміщених осіб. Тому департамент маркетингу міста та туризму спільно з підпорядкованим комунальним підприємством приділяв і приділяє багато уваги адаптації ВПО до міського життя. З настанням сприятливіших умов для ведення пішохідних екскурсій у воєнний час протягом травня-червня 2022 року департаментом та КП «Офіс



туризму Вінниці» проведений цикл з 14 ознайомчих прогулянок для переселенців «Пізнай Вінницю». Спільно з музейниками міста проведений цикл із 7 історичних та краєзнавчих лекцій для внутрішньо переміщених осіб «Вінниця в деталях» про культурні особливості міста і регіону [13].

Влітку 2022 року реалізований проєкт «Вінниця починається з мрії»: для малечі з Маріуполя були влаштовані дві трамвайні екскурсії. Під час них учасники дізналися про історію вінницького трамвая, яка розпочалася понад 108 років тому, а сьогодні є однією з візитівок Міста ідей. Екскурсії були безкоштовними і відбулися завдяки співпраці департаменту маркетингу міста та туризму, Вінницької транспортної компанії та гуманітарно-інформаційного хабу «Я – Маріуполь». До організації заходів також долучилися ГО «Креативний простір», ТМ «Солодка Мрія» та департамент культури Вінницької міської ради [13].

Восени 2022 року КП «Офіс туризму Вінниці» реалізовано 2 грантові ініціативи спільно з ГО «СЕТАП» та ГО «Молодіжна платформа» за сприяння ПРООН та фінансової підтримки ЄС, в рамках яких проведено більше 20 екскурсій для внутрішньо переміщених осіб. Наприкінці 2023 року розпочато соціальний проєкт «Незламні та Нескорені», метою якого є популяризація туристичних об'єктів Вінниці та соціально-психологічна адаптація поранених військовослужбовців та сімей загиблих внаслідок війни. Проєкт проходить у співпраці з Міжнародною організацією міграції та Центром ветеранського розвитку (ВНТУ) [13].

Презентовано новий бренд місцевих майстрів «BYVI». Платформа створена КП «Офіс туризму Вінниці» разом з понад 40 майстрами для підсилення туристичної активності та ідентифікації Вінниці в Україні та за кордоном. Наразі платформа працює в соціальних мережах та готується до представлення продукції в майбутньому Туристичному хабі. По Україні найбільше замовлень надійшло з Києва та Львова, географія інших міст включає Чернівці, Одесу, Чернігів, Тернопіль, Миколаїв, Рівне, Дніпро, Івано-Франківськ. Відправки за кордон здійснено у Швецію, Францію, Канаду,



Словаччину. Загалом за півтора роки існування платформи реалізовано майже 800 од. подарункової продукції [13].

У 2021 році спільно з Барською міською радою реалізовано проєкт «Camino Podolico: Подільський шлях святого Якова», що мав на меті створення культурного маршруту з Вінниці до Кам'янця-Подільського за аналогією до відомого європейського маршруту Camino de Santiago - паломницької дороги, що веде до могили апостола Якова в іспанському місті Сантьяго-де-Компостела. Camino Podolico був започаткований у межах програми «Культура. Туризм. Регіони» Українського культурного фонду, завдяки чому було залучено грантове фінансування у розмірі 722,4 тис. грн. На даний час проєкт поєднує 13 населених пунктів Вінниччини та Хмельниччини. Маршрут промаркований, має власну навігацію, сайт, довідник, мапу, потужну медіапідтримку, налагоджену міжмуніципальну співпрацю з громадським сектором і бізнесом, позитивний досвід і відгуки. Маршрут Camino Podolico у червні 2023 року прийнято до Європейської федерації Шляху св. Якова. Завдяки цьому доєднанню в Україні з'явився новий сертифікований культурний маршрут Ради Європи, який дозволяє популяризувати і розвивати місцеву спадщину на міжнародному рівні, налагоджувати співпрацю між громадами та з іншими країнами [13].

Натомість, у Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року жодного проєкту для розвитку соціального туризму не передбачено. Пропонуємо для туристичної сфери Вінниччини розробити та впровадити наступні проєкти соціального туризму, які б сприяли залученню різних соціальних груп та розвитку місцевих громад.

Таблиця 1

Опис проєктів соціального туризму для туристичної сфери Вінниччини

Проекти	Ресурси
Проект «Освітній туризм для молоді»	Розробка спеціальних освітніх програм для студентів та школярів, що включають відвідування історичних, наукових та технологічних об'єктів. Ресурси: - Розробка навчальних матеріалів та програм.

	- Співпраця з освітніми закладами та науковими центрами. - Організація транспорту та розкладу відвідувань. - Бюджет: фінансування через освітні гранти або власні інвестиції компанії.
Проект «Вінниця доступна для всіх»	Промування турів, які є доступними для людей з обмеженими фізичними можливостями, зокрема впровадження турів з спеціальними транспортними засобами та обладнаними локаціями. Ресурси: - Спеціальне обладнання: закупівля або оренда транспорту, придатного для інвалідних візків. - Адаптація місць відпочинку для забезпечення доступності. - Навчання співробітників особливостям обслуговування людей з особливими потребами. - Бюджет: інвестиції у вдосконалення інфраструктури та спеціальне обладнання.
Проект «Герої серед нас: відпочинок для військових та їхніх родин»	Програма спрямована на підтримку військовослужбовців та їхніх сімей, пропонуючи їм туристичні пакети зі значними знижками або навіть безкоштовні відпочинки. Програма має на меті надати можливість для відновлення та релаксації, враховуючи особливий внесок цих осіб у захист країни. Ресурси: - Залучення коштів через державні програми підтримки ветеранів, спонсорські внески від приватних компаній та благодійних фондів. - Організація комфортабельного транспорту та проживання, спрямованих на забезпечення належних умов для сімей з дітьми. - Розробка спеціальних розважальних та оздоровчих програм, які включають активний відпочинок, культурні заходи та екскурсії, адаптовані до потреб ветеранів та їхніх дітей. - Навчання персоналу для роботи з військовослужбовцями, включаючи підготовку з психологічної підтримки та знання особливостей роботи з травмованими ветеранами. - Наявність кваліфікованих медичних працівників і необхідного обладнання на випадок виникнення екстрених ситуацій.

[Розроблено автором]

Ці проєкти будуть не тільки сприяти розвитку соціального туризму, але й підвищать загальну доступність та інклюзивність туристичних послуг у м. Вінниці, зміцнюючи репутацію туристичних компаній як соціально відповідального бізнесу.

Кожен проєкт вимагає значних інвестицій, які мають бути покриті через доходи від продажу турів, спонсорські внески, гранти або державні субсидії.

Ефективність кожного проекту залежить від його здатності генерувати достатні доходи для покриття витрат і створення соціальної вартості для цільових груп.

Прикладом застосування ринкової моделі є проекти та програми соціального туризму у яких беруть участь туристичні оператори м. Вінниця

Таблиця 2. Застосування ринкової моделі рис.1 базується на використанні виключно ринкових інструментів, та визначає власну спроможність туристичної галузі сформулювати умови для розвитку соціального туризму.

Таблиця 2

Проекти та програми соціального туризму у яких беруть участь туристичні оператори м. Вінниця

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



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

[Розроблено автором на основі [14], [15]]

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

Такі ініціативи дозволяють

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



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

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

Впровадження комплексних соціальних програм також може підвищити мотивацію та задоволеність працівників компаній, оскільки вони бачать свій внесок не тільки у комерційний успіх, але й у поліпшення умов життя в їхніх громадах. Основний виклик полягає в тому, щоб забезпечити стає фінансування та управління цими програмами, що потребує як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій.

Висновки. Розвиток соціального туризму може мати значний позитивний вплив як на окремі туристичні підприємства, так і на туристичну галузь в цілому.

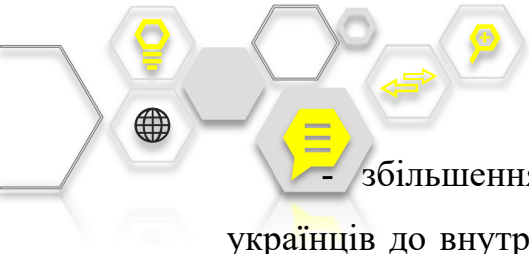
Переваги для туристичних підприємств:

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

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

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

Переваги для туристичної галузі в Україні:



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

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

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

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

Список використаних джерел

1. Голод А.П., Феленчак Ю.Б., Підвальна О.Г. Соціальний туризм: сутність, структура та інноваційні напрями розвитку. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. № 3 (73) С. 39-44.

2. Задорожна К.І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі: концептуалізація та інтеграція. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2016. Вип.ІІ (62). С.17-27.

3. Люта Д.А. Організація соціального туризму в Україні та за кордоном: порівняльний аналіз. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітніх школах*. 2015. Вип. 43 (96). С. 198-202.

4. Метеленко Н.Г., Семенов А.Г., Ярошевська О.В. Соціалізація послуг туристичних підприємств на основі організаційного розвитку. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 3(114) частина 1. С.

5. Миронов Ю.Б., Михальський Ю.В. Соціальне партнерство в туризмі: детермінанти та соціально-економічні механізми розвитку за сучасних умов. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2018. Вип. 56. С. 55-59.
6. Панченко С.А. Соціальний туризм як важливий чинник розвитку туризму в Україні. *East European Scientific Journal*. 2019. №2(42). Ч.5. С.12-15.
7. Роговий А. В., Забаштанський М. М. Концептуальні засади розвитку соціального туризму в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. (1). С.79-83.
8. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Напрями реалізації соціальних складових діяльності туристичних підприємств. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки»*. 2020. Вип. 1(89). С. 188-209.
9. Хитрова О.А. Соціальний туризм: суть, види, та зарубіжний досвід. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 58-1. С.74-78.
10. Griffin K., Stacey J. Towards a «tourism for all» policy for Ireland: achieving real sustainability in Irish tourism. *Current Issues in Tourism. Special Issue: Social tourism: Perspectives and potential*. 2011. Vol.14. Issue 5. P.431-444.
11. Minnaert L., Maitland, R., Miller G. The Value of Social Tourism foundations. *Annals of Tourism Research*. 2009. Vol.36. Issue 2. P.316-334.
12. Smith V., Hughes H. Disadvantaged Families and the Meaning of the Holiday. *International Journal of Tourism Research*. 1999. Vol.1. Issue 2. P.123-133.
13. Офіційний сайт Вінницької міської ради. URL: <http://surl.li/ufevcu> (дата звернення 05.07.2024р.)
14. Офіційний сайт туристичного оператора «Бомба-тур». URL: <https://bomba-tour.com/uk> (дата звернення 02.07.2024р.)
15. Офіційний сайт туристичного оператора ТКБ «Бідняжка». URL: <https://tcb.com.ua> (дата звернення 02.07.2024р.)