

*Донскова Л.И., к.э.н., доцент,
Российский государственный социальный университет, г. Москва;
Макаров А.А., к.э.н., доцент,
Среднерусский гуманитарно-технологический институт, г. Обнинск*

**МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ,
НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ В ГОСУДАРСТВАХ
ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА: КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

В публикации представлены аспекты государственного регулирования направлений социального туризма, применение которых характерно для государств Европейского Союза.

Ключевые слова: Европейский союз; туризм; направления социального туризма; государственное регулирование туризма; меры и механизмы государственного регулирования.

*Donskova L.I., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Russian State Social University, Moscow;
Makarov A.A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Central Russian Humanitarian and Technological Institute, Obninsk*

**SOCIAL TOURISM MANAGEMENT MODELS MOST COMMONED IN
THE EUROPEAN UNION STATES: A BRIEF DESCRIPTION**

The publication presents aspects of state regulation of areas of social tourism, the use of which is typical for the states of the European Union.

Keywords: European Union; tourism; areas of social tourism; state regulation of tourism; measures and mechanisms of state regulation.

Туристская отрасль является важной составляющей европейской экономики. Как отмечает исследователь, «индустрия туризма стран-участниц ЕС представляет собой межотраслевой сектор национальных экономик, объединяющий деятельность многих контрагентов и туристских посредников, прямо и косвенно связанных с предоставлением услуг» [13].

Общеизвестно, что развитие туризма и его значимость для экономики и общества определяются тем, как на национальном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется мерами и механизмами государственной поддержки. В государствах Европейского Союза вопросы государственного регулирования туризма рассматриваются с научной и практической позиций:

Во-первых, туризм представлен как социально-экономическая система, для которой характерны внешняя и внутренняя среда, связи, структура, необходимость постоянного учета влияния различных факторов. Туристские организации, действующие в условиях жесткой конкуренции, ориентируются на внешнюю и внутреннюю информацию, среди которой важную роль играют результаты исследований потребителей. Чтобы иметь право на существование, выжить и сохранить эффективность, туристская система вынуждена приспосабливаться и своевременно реагировать на изменения внешней среды (сезонные колебания спроса, неблагоприятная погода, стихийные бедствия, социально-политические кризисы, санитарно-эпидемиологические ограничения и т.п.). Для сохранения устойчивости системы именно госрегулирование, направленное на разработку мер развития туризма, является частью механизма управления отраслью [1, 5, 6, 9, 11, 12].

Во-вторых, туризм рассматривается как индустрия, в которой важны ее состав, а также инфраструктура, территориальные образования, в том числе такие, как особые природоохранные и экономические зоны, туристические центры и дестинации, санаторно-курортные местности.

Туриндустрия включает совокупность хозяйствующих субъектов различных отраслей и сфер деятельности, что обуславливает необходимость координации и регулирования их совместной деятельности [2, 7, 16].

В-третьих, отраслевые организации выступают как субъекты рыночной экономики, т.е. чрезмерное государственное регулирование и регламентация в этой сфере может подавлять проявление предпринимательской инициативы, которая лежит в основе её становления и развития [7, 14, 16].

В-четвертых, для каждой страны Европейского Союза приоритетной сферой государственного регулирования является деятельность в сфере внутреннего туризма. Для таких категорий населения, как дети, школьники, инвалиды, пенсионеры, молодежь и другие группы, именуемые социальными категориями населения, важна также роль направлений социального туризма, что актуализирует значение деятельности государственных органов управления в этой сфере [4, 5, 16].

В соответствии с признанным определением, «социальный туризм представляет собой совокупность программ и акций, нацеленных на эффективное использование населением права на отпуск и доступ к туризму для представителей всех слоев общества, в частности для молодежи, пенсионеров, людей с низким уровнем доходов, инвалидов; он должен обеспечивать взаимоуважительные отношения между приезжими (туристами) и населением принимающих регионов» [17]. Другой исследователь отмечает, что социальный туризм «представляет собой совокупность воззрений и явлений, проистекающих из участия в туризме малообеспеченных слоев населения, что становится возможным в результате применения четко определенных социальных мер» [15].

Поддержанный Европарламентом проект социального туризма «Калипсо» (2012 г.) – наиболее известный в Европейском Союзе. Его цель

– уравнивать доступ людей к путешествиям и поддерживать социальный туризм в странах ЕС, особенно таких категорий населения, как пожилые люди и инвалиды, молодежь, семьи со скромным достатком. При поддержке этого законопроекта и участия в софинансировании государств ЕС, которые в рамках проекта могут получать финансовую поддержку в организации и проведении социальных туров. При этом в странах ЕС в осуществлении направлений социального туризма подчеркивается значимость разнообразных социальных инициатив [8, 10, 16, 17].

В государствах Европейского Союза меры государственной поддержки, помогающие осуществить направления социального туризма, подразделяются на четыре основные категории, для которых приведем краткую характеристику и укажем на главный акцент в этих моделях.

«Модель участия» фокусируется на лицах, находящихся в неблагоприятном положении и участвующих в туристических мероприятиях, которые регулярно доступны для других граждан. Привлекает внимание британская программа «Семейный отдых», цель которой состоит в том, чтобы отдых малообеспеченных семей не отличался от отдыха семей более обеспеченных [5, 16, 17].

«Модель включения» рассчитана на самую широкую поддержку туризма в целом, что означает предложение стандартных турпродуктов для всех, а не только для социальных групп населения. Наиболее значим опыт национальных систем отпускных чеков, которые «уже несколько десятилетий с успехом действуют в таких благополучных в туристском отношении странах, как Швейцария (с 1937 г.), Франция (с 1982 г.), и с недавних пор в Италии, Венгрии и Румынии» [17].

«Модель адаптации» характеризует собой систему стимулов, поддерживающих те турпродукты, которые доступны для социальных групп (другие граждане не могут их использовать). Во многих государствах Европы (Великобритания, Словакия, Чехия, Болгария и пр.)

предлагаются специальные туристические программы для будущих матерей, детей-инвалидов и детей из семей с низким уровнем дохода и/или социально отчужденных [5, 8, 10, 16, 17].

«*Модель стимуляции*» направлена на расширение участников целевой группы и таким образом помогает турпредприятиям получать более высокий доход, снизить сезонные колебания потоков и лучше использовать потенциал социального фонда. Инициированный испанскими властями проект «Europe Senior Tourism» предполагает сотрудничество с другими европейскими странами в сфере поддержки туристов старшего возраста, и в конечном итоге направлен на поддержку национальной туристской отрасли в межсезонье за счет субсидирования части расходов пожилых европейцев. Проект «Seniors Go Rural», предполагающий создание и продвижение единой системы турпродуктов и сопутствующих услуг, сосредоточен на развитии сельского туризма, который очень популярен среди пожилых европейцев [3, 8].

Общность моделей госрегулирования социального туризма заключается в установлении источников финансирования, предложении турпродуктов, рассчитанных как на массовое потребление, так и на отдельные категории социально незащищенных граждан, целесообразности «сглаживания» сезонных колебаний спроса, оказании помощи организациям турбизнеса.

Обобщая представленную информацию, отметим, что основные положения и подходы к исследованию вопросов государственного регулирования социального туризма в государствах ЕС характеризуют различные модели, в которых делается акцент на выявлении устойчивых связей в государственной политике и бизнесе, роли и значения политического фактора в управление туризмом, определении категорий получателей мер социальной поддержки и помощи.

Используемые источники

1. Актуальные проблемы развития экономики, прикладной информатики, конфликтологии, рекламы и социально-культурных технологий в цифровую эпоху: Сборник научных докладов Региональной научно-практической конференции. – М.: Изд-во «АТиСО», 2020. – 250 с.
2. Башина О.Э., Завражин А.В., Карманов М.В. Оздоровительный туризм: особенности управления и прикладного анализа: Монография. – М.: Изд-во МЭСИ, 2014. – 194 с.
3. Высоцкая О.А. Туризм третьего возраста как фактор регионального экономического развития: зарубежный опыт и тенденции российского рынка // Северный регион: наука, образование, культура. – 2015. - № 1. – С. 104-109.
4. Донскова Л.И., Макаров А.А. Исследование социального туризма в молодежном сегменте: современное состояние, проблемы, перспективы: теория и практика // Наука и туризм: стратегии взаимодействия: сборник статей / под ред. А.Г. Редькина. – Вып. 11 (4). – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2019. – С. 9–33.
5. Донскова Л.И., Редькин А.Г. Подходы к исследованию социального туризма: зарубежный и российский опыт // Наука Красноярья. – 2018. – Т. 7. № 4. – С. 100–125.
6. Долгих Е.А., Першина Т.А. Оценка влияния коронавируса на экономику Российской Федерации //Актуальные теоретические и прикладные вопросы управления социально-экономическими системами: Материалы II Международной научно-практической конференции. – Том 1. М., 10-11 декабря 2020. – М.: ИРДПО, 2020. – 286 с. – С. 9-11.
7. Императивы бизнеса [Текст] /под ред. Ю.Н. Клещевского, И.А. Кудряшовой. – Кемерово: Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2017. – Том I. – 244 с.

8. Колобова А.Е., Жидкова А.В. Программы и проекты поддержки старшевозрастного туризма: зарубежный и отечественный опыт //Цивилизация – Общество – Человек. – 2016. – Т.1. - № 2-3. – С.48-50.
9. Назина Н.А., Платонова Н.А., Христофорова И.В., Колгушкина А.В. Социальный туризм: подходы к проведению маркетинговых исследований //Маркетинг услуг. – 2010. - № 1.
10. Никифорова А.А. Современное состояние социального (инклюзивного) туризма за рубежом //Инновации в науке и практике / Сборник статей по материалам XIV международной научно-практической конференции (18 февраля 2019 г., г. Барнаул). В 2 ч. Ч.1 / – Уфа: Изд. Дендра, 2019. – 262 с. – С. 242-247.
11. Отто О.В., Редькин А.Г. Анализ сезонности в лечебно-оздоровительном туризме: региональный аспект //Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2-7 (62). – С. 239-243.
12. Пацула А.В., Ковальчук Н.Б., Зырянова О.В. Влияние пандемии кононавирусной инфекции на трансформацию систем управления //Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия Экономика и управление. – 2020. - № 15. – С. 94-97.
13. Скульмовская Л.Г. Государственное регулирование туристской деятельности в Европейском Союзе: дифференциация и интеграция в современном мире //Стандартизация и сертификация: опыт стран Европейского союза и перспективы сотрудничества для России: материалы Международной научно-практической конференции (г. Нижневартковск, 5 апреля 2018 г.) /отв. ред. И.А. Волкова. Нижневартковск: Издательство Нижневартковского государственного университета, 2018. 446 с. – С. 67-72.
14. Современное предпринимательство в инновационной экономике: теория и практика: Монография /Отв. ред. Эскиндаров М.А. – М.: Издательство «Перо», 2015. – 330 с.

15. Трофимов Е.Н. Социальный туризм в России и в Европе //Вестник РМАТ. – 2014. - № 3. – С. 3-11.
16. Туризм и гостеприимство через призму инноваций. Сборник статей научно-практической конференции (27 февраля 2017 года)/ под научн. ред. Е.М.Крюковой. Москва: Изд-во «Университетская книга», 2017. – 205 с.
17. Шавишвили Д.Ф., Измайлова Н.А., Шейнин Л.Б. Социальный туризм как форма государственного протекционизма в России и странах «пояса соседства» //Вопросы экономики и права. – 2017. - № 105. – С. 58-62.