

УДК 338.48-043.86

І. І. Дульцева

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

***Анотація.** Досліджено альтернативні шляхи розвитку національної туристичної галузі на основі визначення її пріоритету в економіці України, запропоновано формування конкурентного соціального підприємництва.*

***Ключові слова:** туристична галузь, туристичний потенціал, соціальне підприємництво.*

***Summary.** In this article, proposed and investigated alternative ways of development of the national tourism industry based on the definition of its priorities in the Ukrainian economy and creating competitive benefits through new techniques, in particular social entrepreneurship.*

***Key words:** tourism industry, tourism potential, social entrepreneurship.*

Постановка проблеми. Резервом підвищення продуктивності праці, нейтралізатором темпів старіння кадрів, чинником зростання соціально-економічного рівня життя може бути відпочинок (туристичні подорожі, санаторно-курортне лікування, активний, культурний, розважальний, пізнавальний туризм) за рахунок розвиненої туристичної інфраструктури власного регіону. Але сучасний стан туристичної галузі свідчить про необхідність втручання більш спроможних і дієвих методів організації та управління як з боку держави, так і суспільства та приватного сектору.

У розвинених країнах поряд з державним управлінням будь-якою сферою соціально-економічного життя з успіхом впроваджується інтенсивна взаємодія державних органів з громадськими структурами, де лідерство соціального підприємництва в різних секторах економіки дає позитивний ефект.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Процес розвитку та сучасної життєдіяльності галузі туризму підтверджує, що стан цієї галузі вимагає негайних заходів щодо реформування системи підтримки та регулювання з боку держави і визначення додаткових джерел набуття ефективності та конкурентоспроможності. Дослідженнями зарубіжних авторів — К. Купера [1], К. Холла [2], вітчизняних авторів — Р. Пуцентейло [3], Л. Гонтаржевської [4] відзначено, що доступність туристичних послуг, соціальна орієнтованість туризму розширює коло споживачів, прилучаючи нові й

нові верстви населення до туризму, вводить його до стилю життя суспільства, вирівнюючи соціальні можливості населення.

Соціальне підприємництво як категорія впливу на соціально-економічний потенціал держави та його складові викликають значний інтерес у багатьох вчених-економістів та соціологів.

Так, Д. Бернштейн [5] вважає, що соціальні підприємці наводять творчі рішення для багатьох світових проблем. Питання дослідження сутності цього поняття та його формування розглядалися у працях класиків економіки та соціології, таких вчених, як І. Діс, К. Прахалад. Вітчизняні практики бізнесу сучасності — Е. Уткін, [6] А. Арапетян [7] приділяють увагу соціальним аспектам підприємництва та менеджменту в некомерційному секторі, але сутність соціального підприємництва в Україні розкрито поки що лише нормативними актами та «небайдужими».

Аналіз публікацій та досліджень зазначених авторів доводить необхідність неформальних та впливових заходів щодо дослідження напрямів розвитку системи національного туризму з визначенням її пріоритету в економіці України та формування конкурентних переваг за допомогою нових методів, зокрема соціального підприємництва.

Метою дослідження є визначення можливостей використання потенціалу соціального підприємництва як додаткового джерела формування конкурентних переваг національного туристичного продукту.

© І. І. Дульцева, 2014

Виклад основного матеріалу. Туризм — одна з найбільш сталих складових світової економіки, яка за останні десятиріччя має стабільні (у середньому 5 % на рік) темпи зростання і не зазнає коливань попиту/пропозиції, тому вважається одним із найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку. На сучасному етапі туризм став частиною стилю життя більш ніж третини людства, і участь у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя [8].

Умовою розвитку туризму в Україні є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища, спрямованого на формування конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках туристичного продукту, що вимагає ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу туристичних дестинацій України, забезпечення їх соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки.

За версією Google, «користувачі туристичних послуг» вважають, що сфера курортів і туризму в Україні поки ще не звільнилася від впливу світової фінансової кризи, яка гальмує попит на туристичний продукт України на відміну від попиту на виїзний туризм [9].

При порівнянні в'їзних та виїзних туристичних потоків слід зазначити, що потік в'їзних туристів, за даними Державного агентства України з туризму та курортів [10], має тенденцію до зростання за останні 12 років (темп росту порівняно з 2000 роком складає 99,7 %), хоча і був спад у 2009–2011 рр., але ситуація стабілізувалася завдяки чиннику «Євро-2012». Виїзд зростає з більшою стабільністю, але не такими темпами (15,4 %), що підтверджує низький рівень життя українців; лише завдяки цьому фактору у нашій країні позитивний туристичний баланс.

Але державні служби знов-таки констатують низький рівень життя українців: лише 2,99 % громадян мають метою організований туризм. Це наводить на необхідність аналізу причин нехтування українцями «сучасного явища культури та проведення дозвілля» — туризму і пропонує припущення: якщо під час свого відпочинку придбали туристичну подорож у інші країни тільки 2,99 % громадян держави, то де і як відпочивали 97,01 % українців?

Причинами нестабільності зростання показників туристичної діяльності в Україні є низка проблем, які гальмують розвиток, насамперед, стан туристичної інфраструктури. Але ці показники розвитку поряд із національною інфраструктурою туристичної галузі шокуюче позитивні і, насамперед, демонструють великий попит на внутрішній туризм в Україні (понад 97 %) [10]. Для нашого суспільного блага треба прийняти цей міжнародний та національний виклик і почати формувати внутрішній попит з урахуванням потреб сучасного

українця. Для цього, насамперед, потрібні законодавство та політика держави для стимулювання діяльності галузі туризму, як, наприклад, зроблено у Туреччині (низка законів, що стимулюють інноваційну та інвестиційну діяльність у сфері туризму і відповідні до цього податкові та позикові пільги), що одразу ж дало результати: за останні 10 років туристичний потік збільшився на 10 %, а обсяг туристичного експорту — на 11 % [11].

Більш доступними туристичні послуги для українців мають можливість зробити:

— держава — за допомогою низки законопроектів, спрямованих на розвиток конкурентоспроможності галузі туризму, використовуючи податкові надходження бюджету чи податкові та інвестиційні пільги. Відзначається наявність можливостей (кваліфіковані спеціалісти, інновації, співробітництво, інвестиції, найбільш повне охоплення користувачів) і відсутність неформальних впливових засобів та ентузіазму;

— приватний підприємець — на принципах комерційного розрахунку. Відзначається наявність формальних зусиль, низька мотивація, низький обсяг охоплення аудиторії та можливість впливу на стан галузі. Суспільно активна позиція можлива тільки на етапі сталого розвитку, на початку діяльності вона тільки обмежує прибутковість;

— громадські підприємства, волонтери — з урахуванням особливостей: високим рівнем охоплення користувачів, обмеженими можливостями, наявними впливовими засобами, ентузіазмом, низькими темпами розвитку, зумовленими особливостями фінансування діяльності. Високий рівень розвитку діяльності може призвести до окупності, прибутковості, конкурентоспроможності та, як слідство, до реорганізації;

— соціальні підприємства — за наявністю можливостей (кваліфіковані спеціалісти, інновації, співробітництво, інвестиції), високим рівнем охоплення користувачів (орієнтир на суспільний економічний розвиток) і наявності впливових засобів, ентузіазму. А головне, що соціальні підприємства, які функціонують на засадах комерційного розрахунку, але мають соціальну місію, мають можливість бути ефективними заради власної життєздатності — звідси високий рівень конкурентоспроможності за багатьма параметрами: оптимально можливими собівартістю, сервісом, логістикою, якістю, креативністю, екологічною безпекою та ін.

На основі відзначеного аналізу можна виявити пріоритетні варіанти позитивного впливу на розвиток туристичної галузі.

Сектор соціального підприємництва може здійснити туристичні послуги в Україні більш доступнішими, тому що відповідно засадам соціального підприємництва їх якість ставиться вище від можливості отримання прибутку, але не ігноруючи цієї можливості.

Дослідження світового досвіду соціального підприємництва проведено на основі бізнес-планів соціальних підприємств, які стали прикладом рішення конкретних соціальних проблем на рівні держави, за даними фонда Ashoka [12], де діяльності зі створення соціальних підприємств та формування сприятливого середовища для його роботи сприяє: активізація членів суспільства, розвиток суспільства та місцевого самоврядування; інституційний розвиток системи соціального партнерства; активізація процесу соціалізації незахищених верств населення; соціально-економічний розвиток суспільства та всіх структурних складових його потенціалу; розв'язання макро-економічних проблем суспільства; вдосконалена чинна законодавча база та ін.

На теперішній час у вітчизняній практиці відсутнє законодавчо затверджене визначення поняття «соціальне підприємство». Однак у різних нормативно-правових джерелах є положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними визначеннями можуть класифікуватися як соціальні [13].

Організаційно-правовою формою, яка найповніше відповідає критеріям соціального підприємства в Україні, є громадське підприємство.

Соціальне підприємство, за світовими визначеннями, є тенденцією розвитку, де створюються інноваційні методи з реалізації конкурентних переваг будь-якого бізнесу, але з урахуванням позитивного суспільного впливу.

У галузі туризму є феноменальні приклади взаємодії із соціальним підприємством, один з яких — Eden Project в Корнуел, Англія. Це регіональна туристична пам'ятка природи, яка знаходиться на кратері вулкана, де в умовах теплиці створено біоландшафти рослин всього світу. Відвідувачам (більше мільйона за рік) пропонується не тільки подивитися, але й прийняти участь в освітницькій програмі, яка демонструє вплив людини на природу та можливості її збереження і захисту. Проект Eden — наочний приклад динамічного розвитку потенціалу регіону за допомогою соціального підприємства. Адже спочатку до того, як увагу проекту приділила комісія Європейського Союзу, ідея втілювалася через благодійні збори та за допомогою зусиль місцевих «небайдужих» громадян. На цей час проект дає прибутку кілька сотен мільйонів фунтів та створив близько 2000 робочих місць. Цей проект — відмінна ілюстрація прориву в туристичній галузі з використанням інструментарію соціального підприємства [14].

Соціальне підприємство стає реальним механізмом розв'язання проблем суспільства, і в Україні з'являються нові приклади такої роботи (за даними асоціації аналітичних суспільних організацій «Соціально-економічні стратегії і партнерства», їх шість [15], у галузі туризму — жодної).

Ось і весь позитивний досвід соціального підприємства у нашій державі, але прикладів соціального новаторства дуже багато. Можливо, і Україні слід йти шляхом визнання соціального підприємства як ефективного засобу досягнення сталого розвитку економіки (зокрема галузі туризму), а соціальних підприємців — як лідерів перетворень.

Висновки. Туризм залишається двигуном розвитку у світовому просторі, що демонструє близько 10 % світової економічної активності. Він нехтує нестабільністю, несе нову реальність і пов'язані з нею ризик та можливості.

Основою розвитку туризму в державі склали і складають до цього часу внутрішні «активи» — людські спільноти, рекреації, історичне минуле, релігійні мікси та пам'ятки культури, архітектури, побуту. А Україна багата на ці активи. Тільки наша соціально-політична система не формує на їх основі конкурентні переваги держави для туристів усього світу.

Поки що український внутрішній туристський ринок не відчув шоків попиту та нав'язливих інвестицій, туристських цунамі, запаморочливої конкуренції та екологічної експлуатації, тому потрібно швидкими темпами будувати власну національну модель туристичної галузі, із гнучкою інфраструктурою, яка в змозі буде цьому протистояти, розвиватися та мати позитивний вплив на економіку держави. Тим більше, що сукупність таких факторів, як терміни відставання за галузями науки і техніки, наявність гордості своїм історичним минулим і несформоване «сучасне» суспільне життя роблять Україну загадковою перлиною туризму для всього світу.

Результати дослідження особливостей національного туризму і насамперед проблеми цієї галузі надихають почати активність із внутрішнього ринку та не чекати допомоги з боку держави, користуючись можливостями соціального підприємства як фактора впливу на розвиток конкретного туристичного підприємства, регіону та туристського потенціалу в цілому. На наш погляд, за умови відсутності державного стимулювання інвестиційної привабливості туризму як галузі підприємства цінову конкурентоспроможність та екологічну безпеку для рекреацій без втручання державних податкових пільг в змозі забезпечити тільки туристичні підприємства, які базуються на засадах соціального підприємства.

Перспективи подальшого дослідження пов'язані з визначенням конкурентних переваг соціального підприємства у створенні вартості туристичного продукту, особливостей організації туристичного бізнесу на засадах соціального підприємства як чинника впливу на сталий розвиток соціально-економічного потенціалу туристичного підприємства, і як результат — розвиток взагалі туристичного потенціалу держави та формування нових форм підприємницької активності.

Література

1. Cooper Chris. Tourism: Principles And Practice [Електронний ресурс] / Chris Cooper // Pearson Education. — 2005. — 810 с. — Режим доступу : <http://trove.nla.gov.au/work/7589531?q=book>.
2. Hall Colin. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships [Електронний ресурс] / Colin Hall // Pearson Education. — 2008. — 302 с. — Режим доступу : <http://books.google.com.ua/books?id=22Colin+Michael+Hall>.
3. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П. Р. Пуцентейло. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 344 с.
4. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська. — Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. — 180 с.
5. Bornstein D. How To Change the World [Електронний ресурс] / D. Bornstein. — Режим доступу : <http://davidbornstein.wordpress.com/books/>.
6. Уткин Е. Самый неуспешный бизнесмен — тот, который хочет только заработать денег [Электронный ресурс] / Е. Уткин. — Режим доступа : <http://www.youtube.com/watch?v=OJduRPgNfe4>.
7. Арапетян А. Соціальна відповідальність [Електронний ресурс] / А. Арапетян. — Режим доступу : <http://www.civicua.org/library/view.html?topic=1388440&folder=4091>.
8. Матеріали Міжнародного економічного форуму з питань розвитку туризму (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.
9. Самые популярные туристические направления среди украинцев — версия Google [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://korrespondent.net/lifestyle/travel/1571802-samyepopulyarnye-turisticheskie-napravleniya-sredi-ukraincev-versiya-google>.
10. Інформація про туристичні можливості України : Інформаційно-аналітична довідка Державного агентства України з туризму та курортів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://tourism.gov.ua/ua/>.
11. Модели туризма зарубежных стран [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.tourfinder.ru/publications/models.html>.
12. Ashoka: Innovators for the Public [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm.
13. Закон України «Про громадські об'єднання» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>.
14. Titchmarsh Alan. The Eden Project [Електронний ресурс] / Alan Titchmarsh // United Kingdom: Acorn Media. — 2006. — Режим доступу : <http://www.cornwall-online.co.uk/attractions/eden/edenproject.htm>.
15. Ассоциация аналитических общественных организаций «Социально-экономические стратегии и партнерства» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.sesp.org.ua/>.