

have internal problems of economic and political security of the country.

#### References

1. Louis A., Oshikoya W.. Competitiveness and Investment Climate in SANE Economies // World Economic Forum. Africa Competitiveness Report, 2015. P 50.
2. Nigerian authorities and IMF staff. Nigeria: 2015. Article IV Consultation—Staff Report IMF. Country Report. No.08/64. February 2015. Wash., 2015. P. 4.
3. Nigerian Statistical Fact Sheets. National Bureau of Statistics. Abuja, 2015. P. 8.
4. Nigeria National Bureau of Statistics: National Accounts of Nigeria 2005-2014, October, 2015.
5. Nigeria: 2014 Article IV Consultation – Staff Report. IMF Country Report. № 08/64. February 2015. Wash., 2015. P. 27.
6. UNCTAD. The Multilateral Trading System after Doha // Trade and Development Report 2014. Geneva, 2015.
7. World Bank. World Development Report 2014: Agriculture for Development Wash., 2015.
8. Fourth Review Under the Policy Support Instrument – Staff Report. IMF Country Report № 07/133. October 2014. Wash., 2015.

I.I. Дульцева, аспірант

*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка*

### **КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИНЦИПАХ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Загальними проблемами суб'єктів сучасної економіки є мінливість навколишнього середовища, швидкість темпів старіння продукту та послуг у всіх відносинах, невизначеність перспектив розвитку ринку і галузі.

В умовах соціально-орієнтованої економіки має значення, якими конкурентними перевагами володіє компанія, як вона ці переваги формує, зберігає і реалізує в конкурентній боротьбі з урахуванням соціально-економічних наслідків для суспільства.

Мотиви розвитку соціального підприємництва криються в недоліках соціально-економічної моделі устрою держави та ринковій конкуренції. Збереження своїх позицій на ринку та їх зміцнення неможливо без впровадження інноваційних підходів,

до одного з яких відноситься соціальне підприємництво: воно, як інновація, довше не втрачає своєї привабливості за ступенем стійкості по відношенню до дій конкурентів.

З початку нового століття соціальне підприємництво визнається предметом значних суспільних очікувань. Модель ринкової економіки не має авторитету в процесі створення суспільних благ та соціальних послуг в сфері екології, розвитку рекреацій, нейтралізації історичного та культурного занепаду, соціального забезпечення безробітних, бездомних та громадян з обмеженими можливостями. Але самостійно ні третій сектор, ні державний не можуть забезпечити розв'язання цієї проблеми на благо суспільства.

В розвинених соціумах недоліки держави в управлінні будь-якою сферою соціально-економічного життя з успіхом компенсуються інтенсивною взаємодією державних органів з громадськими структурами. Це лідерство соціального підприємництва в різних секторах економіки має позитивний ефект. Модель підтримки соціальних підприємств в соціально-економічному житті розвинених країн розширює спектр їх діяльності та наводить приклади успішної реалізації соціальних ідей, зокрема в галузі туризму.

Питання, пов'язані з конкуренцією, розглядалися класиками основних економічних шкіл, а в теорії управління взагалі і ринком зокрема увагу їм приділили: І. Ансофф, М. Бест, П. Друкер, Ф. Котлер, Г. Мінцберг, М. Портер та ін.

Аналіз досліджень розвитку та сучасної життєдіяльності галузі туризму, підтверджує, що її стан вимагає належних заходів з реформування системи та регулювання з боку держави по визначенню додаткових джерел набуття ефективності та конкурентоспроможності. Це питання відслідковувалося у працях як вітчизняних авторів: Г. Мунін, О. Дмитрук, Л. Гонтаржевська, В. Кифяк, так і зарубіжних: К. Купера, А. Бейша, К. Холл, Пітер та Енн Мерфі.

Питаннями соціального підприємництва, як категорії впливу на соціально-економічний потенціал держави та його складові, зацікавлені вчені-економісти та соціологи: Д. Борнштейн, І. Діс, К. Прахалад,, Б. Дрейтон – в сутності цього поняття та його формуванні; Ф. Боши, Р. Дерт, Р. Патон, Дж. Томпсон и Б.

Доєрти – в тенденціях розвитку соціального підприємництва в світовому масштабі, зокрема, в галузі туризму. Сутність соціального підприємництва в Україні розкрито поки що лише законопроектами [1].

Аналіз публікацій зазначених авторів свідчить, що необхідні неформальні заходи в дослідженнях напрямів розвитку такого явища як соціальне підприємництво з визначенням його пріоритету в житті країни та формуванні конкурентних переваг складових її соціально-економічного потенціалу (соціально-інфраструктурної, економіко-географічної, туристичної компоненти).

Метою дослідження є визначення можливостей використання принципів соціального підприємництва як додаткового джерела компенсації недоліків складових соціально-економічного потенціалу території та набуття конкурентних переваг в її туристичному потенціалі.

З точки зору соціально-економічної моделі соціальне підприємництво можна звести до діяльності, спрямованої на повне нівелювання або часткове скорочення негативного ефекту ринкової економіки за допомогою стійких фінансово-результативних інноваційних бізнес-технологій [2]. Перспективи і можливості змін соціального становища за допомогою такого міксу активності, як підприємництво та громадська ініціатива, перетворюється в широке впровадження соціального підприємництва при рішенні соціально-економічних проблем. Використання принципів соціального підприємництва в бізнес-активності в різних галузях економіки приводить до утворення синергетичного ефекту у виді креативних рішень з наступним отриманням конкурентних переваг при реалізації цих рішень в бізнес практиці.

До конкурентних переваг в просторі соціального підприємництва слід віднести: ефективне позиціонування (піар соціальної місії), синергію можливостей бізнесу з потребами покупців (ідея створення – виклик на соціальні потреби покупців), гнучку ринкову позицію компанії, інноваційну мобільність, особливі стратегічні компетенції (спеціальні навички роботи персоналу, позитивну репутацію в навколишньому середовищі, інтеграцію в різні типи бізнес-

середовища, комерціалізацію соціальних потреб, використання добутків прикладної та академічної науки, формування партнерських відносин з контрагентами на основі формальних і неформальних стосунків при відсутності відповідного законодавства).

Соціальне підприємництво впроваджується в західному, розвиненому індустріальному світі більш активніше, крім того, припустимо, що проекти соціального підприємництва в країнах, що розвиваються, одержують світову популярність та стають більш успішними завдяки підприємницьким зразкам, цінностям, культурі, економічній освіті, створеними в цих індустріальних країнах, де одною з яких (цінностей) є сучасні положення корпоративної соціальної відповідальності підприємництва. Загальний вектор розвитку соціального підприємництва в світі знаходиться в рамках «соціальної економіки», де основною рушійною силою є благо для суспільства.

Організаційно-правовою формою, що найповніше відповідає критеріям соціального підприємства в Україні, є громадське об'єднання. Верховною Радою України були тільки розглянуті законопроекти з надання господарського статусу соціальним підприємцям (зокрема, Фельдману) [1; 3]. Але незважаючи на це, соціальне підприємництво стає реальним механізмом розв'язання проблем суспільства, і в Україні з'являються нові приклади соціального новаторства. Звісно, треба надати підтримку з боку держави – фінансову, інформаційну, консультативну. Адже таланти людини по-справжньому розкриваються й розвиваються тільки тоді, коли вони потрібні суспільству; необхідно також визначити певну платформу для діалогу між бізнесом та соціальним сектором.

Значний інтерес міжнародного академічного середовища до соціального підприємництва стимулює його розвиток. Гарвардська школа бізнесу в 2006 році представила офіційну спеціалізацію в галузі соціального підприємництва для студентів, зацікавлених у застосуванні навичок MBA в підприємстві в соціальній сфері.

Провідними бізнес-школами світу включено подібні курси до навчальних програм. Для прикладу 25% випускників Стенфордської школи бізнесу є власники дипломів з управління

неприбутковим сектором.

Освітні програми за напрямками: «Управління соціальним сектором; політикою; забезпеченням; розвитком» та проекти в галузі підтримки соціального підприємництва мають тенденцію розвитку в усьому світі (особливо в США та Європі). Такі піонери (зокрема в галузі знань) створюють стійкі позитивні тенденції втілення соціального підприємництва в сучасне життя цих країн безумовно на користь їх соціально-економічному розвитку.

В Україні тенденції сприяння розвитку соціального підприємництва представлені яппі клубами та центрами підтримки соціального підприємництва, створеними за рахунок іноземних грантів або в рамках підтримки іноземних проектів [4].

Освітні програми сприяння розвитку тенденцій соціального підприємництва в Україні знаходяться у векторі галузі знань «Соціальне забезпечення» та за специфічними категоріями пов'язані з наступними спеціальностями: «Управління соціальним закладом», «Управління суспільним розвитком» та «Місцеве самоврядування» [5].

Соціальним підприємництвом демонструються тенденції розвитку і підвищення сукупної економічної ефективності введенням в економічний оборот ресурсів, що раніше в такій якості не використовувалися. Ці тенденції поставили комерційні, некомерційні організації та державу перед необхідністю зміни своєї ролі в сфері соціального забезпечення і вирішення соціальних проблем.

Рядом досліджень стверджується, що малий та середній бізнес (загальні представники соціального підприємництва) має можливість участі в конкурентній боротьбі лише на регіональному рівні, усвідомлено минаючи небезпеки боротьби на міжнародному ринку. Таким чином, соціальні підприємці руйнують стереотипні ринкові умови, адже, для прикладу: соціальні підприємства в галузі туризму, створені для нейтралізації регіонального занепаду, з часом набувають стійких конкурентних переваг в міжнародному бізнесі та демонструють приклади синергії комерційної та соціальної стратегії підприємництва (приклади наведено далі – табл. 1).

У світовій економіці основною формою політики протекціонізму в галузі туризму є утворення громадських асоціацій туристських фірм, агентств, туроператорів (UNWTO, FUAUV, IFTO, WATA), практикою яких наголошується: громадські організації гнучкіше реагують на зміни ринкової кон'юнктури, більш професійно та «душевніше» розбираються в тонкощах утворення та надання послуг.

Таблиця 1

**Світовий досвід соціального підприємництва в галузі туризму\***

<b>Назва підприємства</b>	<b>Концепція діяльності</b>
Club Med. Франція, представництва поширені по всьому світу.	Розвиток туризму в соціально-економічно нерозвиненому регіоні Середземномор'я. Вперше застосовано концепцію «все включено».
Calypso, ініціатива Комісії ЄС.	Програми допомоги в організації відпочинку соціально незахищених верств населення за рахунок результатів аналізу туристичних потоків (відпочинок в низькій сезон).
Eden Project (еко-парк) в Корнуолле, Англія.	Створено як ініціатива громадськості регіону по нейтралізації екологічних наслідків діяльності людини.
Zikra Initiative, Амман, Йорданія.	Діяльність по нейтралізації культурного та економічного занепаду прилеглого сільськогосподарського регіону шляхом проведення екскурсій-практикумів.
Yachana Lodge. Еквадор, Південна Америка.	Проект освіти та розвитку для бідної молоді Еквадору в галузі еко-туризму та територіально-економічного розвитку. Створені, як бази практики туристичні об'єкти, характеризуються високим рівнем сервісу (рекомендовано TripAdvisor).
Community Base Tourism Initiative – COBATI. Уганда, Африка.	Програми розвитку туристичного ринку регіону на базі місцевих громад.
«High Line Park», Нью-Йорк, США.	Громадська ініціатива створила проект перетворення промислової території в занепаді в улюблене місце відпочинку жителів та туристів.

\*Розроблено автором за даними: [2].

З урахуванням їх пропозицій і вимог формується і національна туристична політика країни. Світові туристські

фірми і агенти виходять з того, що на світовому ринку вирішальне значення матиме стратегія розвитку туризму, заснована на активному кооперуванні партнерів з громадського та приватного секторів [6].

Тому цілком стратегічно вірним є розгляд можливостей розвитку галузі туризму на засадах соціального підприємництва. Соціальне підприємництво в галузі туризму в світі наводить нові комбінації наявних ресурсів, для прикладу: туристичні сільські господарства для нейтралізації занепаду регіону, садиби зеленого туризму, які підтримують збереження рідкого виду тварин та інші. Наскільки здатне соціальне підприємництво вирішувати виникаючі проблеми, сказати важко, оскільки це залежить від перспектив його сталого розвитку. Але те, що кожне соціальне підприємство окремо на своєму скромному місці відповідає на ці виклики, можна бачити на багатьох життєвих прикладах, зокрема в галузі туризму [7;8].

Ці приклади мають свій позитивний соціальний ефект – нейтралізація історичного та культурного занепаду, протекціонізм ремеслам, нейтралізація безробіття та інші. Далі наведено (табл.1) досвід соціального підприємництва в туризмі (наведені підприємства – громадська ініціатива в сфері туризму, що створена для розв'язання соціальної проблеми чи її компенсації).

Більшість наведених проєктів є стипендіатами фонду Ашока [2]. Одним із самих вражаючих серед наведених прикладів соціальної взаємодії є High Line Park – один з перших прикладів урбанізації промзони, який досі залишається самим унікальним проєктом в усьому світі (за останній рік його відвідало більше чотирьох мільйонів туристів з всього світу) [9]. Громадська ініціатива створила прекрасний туристичний об'єкт, який має власні конкурентні переваги, а його життєдіяльність провокує розвиток бізнесу, інвестицій та інновацій в політичному та соціально-економічному житті території (містобудуванні та комунальному господарстві).

Соціально-економічний потенціал розвитку різних країн давно вже об'єднано синергією соціального підприємництва в різних галузях економіки. Вагомий позитивний вплив соціального підприємництва визнано в індустрії туризму та в

цілому соціально-економічного розвитку суспільства. Соціальне підприємництво стає зростаючою тенденцією підприємницького розвитку сьогодення, а соціальні підприємці - креаторами нових інноваційних шляхів у створенні конкурентних переваг та їх реалізації з користю для суспільства. Соціальні підприємці в галузі туризму довели життєздатність своїх ідей не тільки стійким комерційним, але й соціальним ефектом, чого так жадає отримати сучасна держава в умовах ринкової економіки будь-якої політичної формації. Україні також доцільно йти шляхами визнання соціального підприємництва як ефективного засобу набуття конкурентних переваг у власних галузях економіки (зокрема, галузі туризму), а соціальних підприємців – як лідерів перетворень. Як вже наголошувалося: особлива заслуга соціального підприємництва в сфері туризму – здатність здійснювати «прорив» підприємницької енергії в межах її виникнення (на місцевому та регіональному рівні) та привертати до цього увагу міжнародного товариства (як High Line Park) і створювати бажання хоча б побічно інвестувати розвиток нового туристичного продукту. Кожний простір будь-якої держави має свій ексклюзивний регіональний туристичний продукт, а за допомогою стратегій соціального підприємництва він може стати конкурентоспроможним у світовому масштабі. Супутніми авторськими дослідженнями доводиться, що конкурентоздатний туристичний продукт наша держава має, і існують його власники на засадах соціального підприємництва (більше в галузі зеленого туризму) [8;10].

Можливо, соціальне підприємництво і є тим вагомим чинником розвитку туристичного потенціалу нашої держави, а утворенням нового кластера туризму та соціального підприємництва в Україні посиляться існуючі конкурентні переваги цієї галузі економіки, згенерується нова хвиля в підприємстві взагалі та зміцниться і забарвиться новими кольорами соціальної відповідальності існуюча бізнес-активність.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фельдман внес законопроект о социальных предприятиях [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://ru.tsn.ua/politika/feldman-vnes-zakonoproekt-o-socialnyh-predpriyatiyah.html>.



2. Билл Дрейтон. Сила новых идей [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.nb-forum.ru/interesting/stories/bill-dreyton-sila-novyh-idey.html>

3. Закон України «Про громадські об'єднання» [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>.

4. Ассоциация аналитических общественных организаций «Социально-экономические стратегии и партнерства» [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.sesp.org.ua/>

5. Постанова КМУ № 787 «Про затвердження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка фахівців у вищих навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями спеціаліста і магістра» [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: [http://osvita.ua/legislation/Vishya\\_osvita/8851/](http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/8851/)

6. Международные рекомендации по статистике туризма [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm\\_83rev1r.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf).

7. Драчук Ю.З. Мотиви і активізація рекреаційно-туристичної діяльності в промисловому регіоні «ДОНБАС» / Ю.З. Драчук // Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід». – «16-17 жовт. 2014 р. Запоріжжя». – С. 165-170.

8. Дульцева І.І., Драчук Ю.З. Соціальне підприємництво в розвитку зеленого туризму промислового регіону [Текст] / І. І. Дульцева, Ю. З. Драчук // Молодий вчений. – 2015. – №2.

9. Хай-Лайн (The High Line) – парк в Манхэттене на висоті 10 метрів, Нью-Йорк, США [Електронний ресурс]. – Назва з титул. екрану. – Режим доступу: <http://www.mirkrasiv.ru/articles/hai-lain-the-high-line-vysokaja-liniya-park-v-manhyetene-na-vysote-10-metrov-nyu-iork-ssha.html>

10. Соціальне підприємництво як чинник розвитку національної галузі туризму / Дульцева І. І. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – №2 (26). – С.26-29.

І.М. Маціканич, аспірант  
*Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця*

## **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ТА ЧИННИКИ, ЯКІ НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ**

Сучасна економіка України потребує активізації інноваційної діяльності на всіх економічних рівнях для підвищення