

полностью за счет платы населения при оказании услуг. Но данная модель ГЧП является недопустимой для сферы образования, где услуга в 90% случаев бесплатная для населения. Или в сфере здравоохранения, где тариф ОМС в лучшем случае покрывает операционные затраты инвестора.

Исходя из международного опыта реализации социальных ГЧП-проектов наиболее привлекательной формой для бизнеса является концессия в формате контракта жизненного цикла (КЖЦ). В России КЖЦ активно используется для автомобильных дорог, а с 2015 года станет возможным применять эту модель для объектов образования, здравоохранения, социального обслуживания, физкультуры и спорта.

КЖЦ или концессионное соглашение с "платой концедента" (availability payment concession) предполагает плату частному партнеру из бюджета за эксплуатационную готовность на протяжении всего срока проекта. При этом объект по-прежнему находится в государственной или муниципальной собственности, а концессионеру передаются права владения и пользования объектом, права аренды на земельные участки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Организация государственно-частного партнерства в социальной сфере региона // «Российское предпринимательство» № 4 Вып. 1 (108), 2008 год, стр. 19-23.
- 2 Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ О ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ, МУНИЦИПАЛЬНО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
- 3 В. Варнавский Государственно-частное партнерство в России: проблемы становления // «Отечественные записки» Выпуск журнала № 6 (21), 2004 год
- 4 "Российская Бизнес-газета" - Государственно-частное партнерство №965 (36): Режим доступа <http://www.rg.ru/2014/09/16/ivesticii.html>

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В ТУРИЗМЕ НА ПРИНЦИПАХ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА FORMATION OF INNOVATIVE COMPETITIVE ADVANTAGES IN TOURISM ON THE PRINCIPLES OF SOCIAL ENTERPRISE

Дульцева И.И. / Dultseva I.I.

Ассистент кафедры менеджмента Луганского национального университета имени Тараса Шевченка (г. Старобельск), ona-81@mail.ru

Рассмотрен инновационный подход к формированию конкурентных преимуществ в сфере туризма на принципах социального предпринимательства. Проанализирован мировой опыт внедрения социального предпринимательства, как общественной инициативы в сфере туризма и наблюдаемый от него положительный социально-экономический эффект.

In this article analyzes the global experience of social entrepreneurship as a public initiative in the tourism sector, which was created for solving socio-economic problems - the decline of the region. These examples have a positive social effect - the neutralization of the historical and cultural decline, protectionism handicrafts, neutralization of unemployment and others. The problem of social

entrepreneurship in the tourism sector pointed worldwide.

туристический продукт, конкурентные преимущества, инновационные конкурентные преимущества в сфере туризма, социальное предпринимательство.
tourism product, competitive advantage in tourism, social entrepreneurship, technology in social entrepreneurship.

Развитие мировой экономики ускоряет формирование понятия инновационной экономики – экономики знаний, информационных систем, интеллектуального труда, науки, использования технологий. В инновационной экономике преимущества бизнеса базируются на инновациях и высоких технологиях, которые могут создавать конкурентные преимущества. В реалиях инновации являются основой обеспечения конкурентоспособности при сохранении роли уже созданных конкурентных преимуществ.

Общими проблемами субъектов современной экономики являются: изменчивость окружающей среды, скорость темпов старения продукта и услуг во всех отношениях, неопределенность перспектив развития рынка и отрасли.

Перефразировав художественное повествование Элияху Голдратта о теории ограничений: «Только инновация (ожидания от ее реализации) может сделать вопрос прибыли не столь важным»[1].

Рыночная экономика не имеет авторитета в создании общественных благ в сфере экологии, развития рекреаций, нейтрализации исторического и культурного упадка. Но самостоятельно и государственный сектор этой проблемы решить не может. Предположителен эффект от интенсивного взаимодействия государственных органов с общественными структурами. Использование принципов социального предпринимательства в различных секторах экономики имеет положительные тенденции и приводит примеры успешной реализации социальных идей, в частности в области туризма.

Социальное предпринимательство, как инновация имеет устойчивую привлекательность и позволяет создавать новые конкурентные преимущества.

Вопросы, связанные с конкуренцией, рассматриваются классиками основных экономических школ, такими, как: А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, И. Шумпетер, Р. Коуз, О. Уильямсон, Ф.Х. Найт, Г. Ньюман, Дж. Робертс, Дж. Стиглер, Дж. Барни, М. Полани, К. Прахалад, Г. Хемел, Д. Коллис, Р. Грант, Г. Гольдштейн и другие. А в теории управления вообще и рынком в частности внимание им уделили –И.Ансофф, М. Бест, П. Друкер, Ф. Котлер, Г. Минцберг, М. Портер и др.

Сфера туризма всегда требует поддержки со стороны государства и определения дополнительных источников получения эффективности и конкурентоспособности. Этот вопрос отслеживался в трудах как отечественных авторов: Г. Муниной, А. Дмитрук, Л. Гонтаржевская, В. Кифяк, так и зарубежных: К. Купера, А. Бейша, К. Холл, Питер и Энн Мерфи.

Вопросами социального предпринимательства, как категории влияния на социально-экономический потенциал государства и его составляющие, заинтересованы ученые-экономисты и социологи: Д. Борнштейн, И. Дис, К. Прахалад, Б. Дрейтон – в сущности

формирования его понятия; Ф. Боши, Р. Дерт, Р. Патон, Дж. Томпсон и Б. Доэрти – в тенденциях развития социального предпринимательства в мировом масштабе, в частности, в области туризма.

Анализ публикаций и исследований указанных авторов доказывает, что необходимы неформальные мероприятия в исследованиях направлений развития такого явления как социальное предпринимательство с определением его приоритета в социально-экономической жизни страны, формирования конкурентных преимуществ ее составляющих (социально-инфраструктурной, экономико-географической, туристической компоненты).

Целью исследования является определение возможностей использования принципов социального предпринимательства как дополнительного источника компенсации недостатков социально-экономического потенциала территории и формирования конкурентных преимуществ в ее туристическом потенциале.

С точки зрения социально-экономической модели социальное предпринимательство можно свести к деятельности, направленной на полное нивелирование или частичное сокращение негативного эффекта рыночной экономики с получением устойчивых финансово-результативных инновационных бизнес-технологий [2].

Перспективы и возможности изменений социального положения с помощью такого микса активности, как предпринимательство и общественная инициатива, превращается в широкое внедрение социального предпринимательства при решении социально-экономических проблем. Использование принципов социального предпринимательства в бизнес-активности в различных отраслях экономики приводит к образованию синергетического эффекта в виде креативных решений с последующим получением конкурентных преимуществ при реализации этих решений в бизнес практике.

Й. Шумпетер говорил о уникальной комбинации ресурсов на основе инноваций, в качестве базы формирования конкурентных преимуществ, которые нацелены не только на получение экономической выгоды, но и на обеспечение устойчивого социального эффекта. Такие комбинации в определенной степени отражают принципы использования социального предпринимательства в современных рыночных условиях[3].

По мнению Г. Гольдштейн: «Некоторые инновации создают конкурентные преимущества, порождая принципиально новые благоприятные возможности на рынке, или же позволяют заполнить сегменты рынка, на которые другие соперники не обратили внимания или реагируют крайне медленно. На международных рынках инновации, которые приносят конкурентные преимущества, предусматривают как внутренние, так и внешние потребности»[4].

К конкурентным преимуществам в пространстве социального предпринимательства следует отнести: эффективное позиционирование (пиар социальной миссии), синергию возможностей бизнеса с потребностями покупателей (идея создания – вызов на социальные нужды покупателей), гибкую рыночную позицию компании, инновационную мобильность, особые стратегические компетенции (специальные навыки работы персонала, положительную репутацию в окружающей среде, интеграцию в различные типы бизнес-среды, коммерциализацию социальных потребностей, использование достижений прикладной и академической науки), формирование партнерских отношений с контрагентами на основе формальных и неформальных отношений (при отсутствии соответствующего

законодательства).

Тенденции развития социального предпринимательства в развитых странах обусловлены существующей культурой бизнеса и направленностью образования. Особенность американского типа социального предпринимательства прослеживается в виде частной поддержки благотворительных фондов. Из достижений в сфере поддержки социального предпринимательства со стороны Правительства США можно выделить тендерную деятельность по заключению контрактов с социальными предприятиями на поставку товаров и услуг (например: *Borzaga & Defourny*). Большое влияние на развитие тенденций социального предпринимательства оказывают интенсивные образовательные программы и / или гранты, в том числе международные – *Draper Richards Foundation*, *Echoing Green*, Фонд Сколла, Ашока, Фонд Шваба [6].

В целом вектор мирового развития социального предпринимательства находится в рамках «социальной экономики». Следует отметить известные европейские образцы социального предпринимательства: сеть ресторанов *Fifteen* Джейми Оливера (предлагает летнюю программу обучения молодым безработным в возрасте 18-24 лет); компания "справедливой торговли" *Divine Chocolate*; компания *Big Issue* (издает популярный журнал, распространением которого занимаются бездомные).

Среди примеров в области туризма выделяется успешная группа социальных предприятий в Эдинбурге, которая включает: отель, прачечную и цех по производству высококачественного мыла. Работники этих подразделений – в основном люди, которые лечатся от психических заболеваний, а за счет доходов предприятия финансируется их обучение и дальнейшая поддержка [7].

В азиатских странах социальное предпринимательство имеет ментальную окраску: поддержка от религиозных общин (например: школы при буддистских монастырях для кочевых народов; бесплатная медицинская помощь в рамках программы «Гималайский консенсус»; сельскохозяйственное экопроизводство в пределах активности и ресурсов местного населения – и все это в неразрывной связи с природой и культурным наследием). В этом пространстве много социальных предпринимателей в сфере туризма: на базе перечисленных видов деятельности действуют туристические объекты – эко-отели [8].

В Африке 40% качественных продуктов питания для внутреннего спроса изготавливается частными хозяйствами на принципах социального предпринимательства с поддержкой исторических, экологических и культурных ценностей местных общин.

В постсоветских государствах в законодательстве пока отсутствует понятие «социальное предпринимательство», а деятельность социальных предпринимателей базируется на трудоустройстве незащищенных слоев населения, социально-ориентированном бизнесе и благотворительности.

Как видим, в развитых странах социальные предприятия получают активную поддержку со стороны негосударственных фондов, но существуют определенные экономические, правовые и административные проблемы, которые ограничивают возможности по созданию благоприятного климата для развития социальных предприятий. Общая проблема – поддержание баланса между целями их деятельности: получение коммерческого и социального эффекта.

Значительный интерес международной академической среды к социальному предпринимательству стимулирует его развитие. Пионерами распространения знаний в сфере социального предпринимательства создаются устойчивые позитивные экономические тенденции.

Курс социального предпринимательства впервые внедрен в Гарвардской школе бизнеса в 1989 году Григори Дизом. С тех пор ведущими бизнес-школами подобные курсы включены в учебные программы. Например 25% выпускников Стэнфордской школы бизнеса являются обладатели дипломов по управлению неприбыльным сектором [6].

Социальным предпринимательством демонстрируются примеры роста экономической эффективности введением в экономический оборот ранее не использованных ресурсов – материальных и человеческих: социально исключенные группы, отходы производства, доверие и солидарность людей, когда они объединены общей целью и прочее.

Рядом исследований утверждается, что малый и средний бизнес (частые представители социального предпринимательства) имеют возможность участия в конкурентной борьбе только на региональном уровне, осознавая опасности борьбы на международном рынке. Таким образом, социальные предприниматели разрушают стереотипы рынка, ведь, например: социальные предприятия в области туризма, созданные для нейтрализации регионального упадка, со временем приобретают устойчивые конкурентные преимущества в международном бизнесе и демонстрируют примеры синергии коммерческой и социальной стратегии предпринимательства (примеры рассмотрены в таблице 1).

В мировой экономике политика протекционизма в туризме проявляется созданием общественных ассоциаций туристских фирм и операторов (UNWTO, FUA AV, IFTO, WATA), практикой которых отмечается: общественные организации гибче и более профессионально и «душевно» разбираются в тонкостях создания и предоставления услуг. С учетом их предложений формируется национальная политика в сфере туризма.

Мировые туристские агенты настаивают, что на мировом рынке решающее значение будет иметь стратегия развития туризма, основанная на кооперировании партнеров из общественного и частного секторов. Поэтому вполне стратегически верным является рассмотрение возможностей развития отрасли туризма на принципах социального предпринимательства. Социальное предпринимательство в сфере туризма в мире приводит новые комбинации имеющихся ресурсов, например туристические сельские хозяйства для нейтрализации упадка региона, усадьбы зеленого туризма, которые поддерживают сохранение редкого вида животных и прочее [5;9;10].

Общественная инициатива создает прекрасные туристические объекты, которые имеют собственные конкурентные преимущества, а их жизнедеятельность провоцирует развитие бизнеса, инвестиций и инноваций в политической и социально-экономической жизни территории (градостроительстве и коммунальном хозяйстве).

Таблица 1 - Мировые тенденции социального предпринимательства в сфере туризма*

Наименование	Концепция деятельности
Club Med, Франция.	Развитие туризма в социально-экономически неразвитом регионе Средиземноморья. Впервые применена концепция «все включено». Компания Club Med основана в 1950 бывшим бельгийским чемпионом по водному поло Жераром Блитц. Начальная концепция клуба заключалась в минимуме удобств при максимуме активного отдыха. Предлагалось размещения в соломенных хижинах на берегу, различные виды спорта и активного отдыха, общий стол, массовые мероприятия. Вступительный взнос составлял 300 франков.
Calypso, инициатива КомиссииЕС.	Программы помощи в организации отдыха социально незащищенных слоев населения (пенсионеры, инвалиды, многодетные) за счет результатов анализа туристических потоков (отдых в низкий сезон). Своими программами Calypso существенно влияет на прибыльность туристических объектов в низкий сезон.
Eden Project (эко-парк) в Корнуолле, Англия.	Создан как инициатива общественности региона по нейтрализации экологических последствий деятельности человека. В настоящее время эко-парк каждый день посещает около 1000 туристов, экономические и социальные последствия: проект дополнительно внес в бюджет несколько сотен миллионы фунтов и создал 2 000 рабочих мест на западе Англии.
«Keep growing Detroit». Детройт, США.	Городская инициатива развития объектов сельского хозяйства в черте города. Прогнозируется, что в будущем в Детройте больше половины продовольствия будет производиться самим городом. Уже существуют специализированные магазины и овощной бренд Детройта пользуется спросом и уважением туристов и жителей многих штатов США.
«BrooklynGrange», Нью-Йорк, США.	Проекты озеленения крыш многоэтажек давно уже привлекают внимание туристов. Это выгодно и в экономическом плане. Brooklyn Grange имеет с/х угодья – 11 000 м ² на двух крышах бывших промышленных зданий. На ферме производится около 25 тонн органической зелени в год, выращиваются грибы и содержатся 30 ульев. Продукция пользуется спросом и у посетителей-туристов и у местных, реализуется в магазине на первом этаже здания.
Zikra Initiative, Амман, Иордания.	Деятельность по нейтрализации культурного и экономического упадка прилегающего сельскохозяйственного региона. В настоящее время организуются семинары и экскурсии-практикумы, где демонстрируются посетителям культурные традиции, сельскохозяйственные и другие ремесла, навыки хозяйствования. Трудоустраиваются женщины.
YachanaLodge, Эквадор.	Проект образования и развития для бедной молодежи Эквадора в области эко-туризма и территориально-экономического развития. Созданные, как базы практики, туристические объекты характеризуются высоким уровнем сервиса (рекомендуются TripAdvisor).
Community Base Tourism Initiative (COBATI), Уганда, Африка.	Программы развития туристического рынка региона на базе местных общин.
«High Line Park», Нью-Йорк, США.	Общественная инициатива создала проект преобразования не используемой промышленной территории в любимое место отдыха жителей и туристов и реализовала его.

*Разработано автором по данным: [5;9;10].

Одним из самых впечатляющих среди приведенных примеров социального взаимодействия является High Line Park, Нью-Йорк. В середине прошлого века надземная

ветка метро High Line казалась нововведением и наиболее передовым достижением прогресса, но ее деятельность постепенно обостряла экологическую ситуацию. Автоматизация промышленности способствовала закрытию железной дороги. Пока административные структуры не могли определить дальнейшую судьбу железнодорожной линии, за дело взялась группа местных жителей, объединившихся под именем «Друзья Хай Лайн». Объединением «Друзья Хай Лайн» разработан один из первых примеров урбанизации промзоны, который до сих пор остается самым уникальным проектом во всем мире. Концепция была представлена городской власти и в 2004 году нашла поддержку у мэра Блумберга: было выделено 50 млн. долларов на создание нового парка. Реконструированный квартал протяженностью в 1,6 км отныне соседствует не с грязными фабриками, а с фешенебельными отелями и галереями: девять входов в парк выполнены с учетом удобства для людей с ограниченными физическими возможностями.

Сегодня парк High Line можно с уверенностью назвать примером «живой архитектуры». Когда то грязный промышленный район превратился в функциональное пространство, в котором нуждается любой мегаполис. Более четырех миллионы туристов со всего мира приезжают, чтобы ознакомиться с чудом современной архитектуры и социального взаимодействия [11].

Социально-экономический потенциал развития различных стран давно уже объединен синергией социального предпринимательства в различных отраслях экономики. Положительное влияние социального предпринимательства признано в индустрии туризма и в целом социально-экономического развития общества.

Социальное предпринимательство становится растущей тенденцией предпринимательского развития настоящего, а социальные предприниматели – креаторами новых инновационных путей в создании конкурентных преимуществ и их реализации с пользой для общества. Социальные предприниматели в сфере туризма доказали жизнеспособность своих идей не только устойчивым коммерческим, но и социальным эффектом, чего так жаждет получить современное государство любой политической формации в условиях рыночной экономики.

Как уже отмечалось: особая заслуга социального предпринимательства в сфере туризма – способность осуществлять «прорыв» предпринимательской энергии в пределах ее возникновения (на местном и региональном уровне) и привлекать к этому внимание международного общества (как – High Line Park) и создавать желание хотя бы косвенно инвестировать развитие нового туристического продукта.

Каждая территория любого государства имеет свой эксклюзивный региональный туристический продукт, а с помощью стратегий социального предпринимательства он может стать конкурентоспособным в мировом масштабе. Сопутствующими авторскими исследованиями доказывается, что конкурентоспособный туристический продукт наше государство имеет, и существуют его владельцы на принципах социального предпринимательства (больше в области зеленого туризма).

Возможно, социальное предпринимательство и является тем важным фактором развития туристического потенциала нашего государства, а с образованием нового кластера туризма и социального предпринимательства в Украине усилятся существующие конкурентные

преимущества этой отрасли, сгенерируется новая волна в предпринимательстве вообще и укрепится и окрасится новыми цветами социальной ответственности существующая бизнес активность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голдратт М. Элия, Д.Кокс. Цель-2. Дело не в везении [Электронный ресурс] / Элия М. Голдратт. – URL :<http://fanread.ru/book/7959429/>
2. Дрейтон Б. Сила новых идей[Электронный ресурс] /Билл Дрейтон. – URL :<http://www.nb-forum.ru/interesting/stories/bill-dreyton-sila-novyh-idey.html>
3. Шумпетер Й. История экономического анали за[Электронный ресурс] / Й. Шумпетер. – URL :<http://book.tr200.net/v.php?id=4829706>
4. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента [Электронный ресурс] / Г.Я. гольдштейн. – URL :<http://book.tr200.net/v.php?id=4764032>
5. Международные рекомендации по статистике туризма [Электронный ресурс]. – Назв. с титул. экрана. – Режим доступа: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf.
6. Опыт США по развитию и поддержке социального предпринимательства. – [Электронный ресурс]. – Назв. с титул. экрана. – Режим доступа: <http://www.social-idea.ru/monthlyNews/Опыт-SSHA-po-razvitiyu-i-podderzhki-social-nogo-predprinimatelstva-Obzor-4>
7. Социальное предпринимательство – это бизнес [Электронный ресурс]. – Назв. с титул. экрана. – Режим доступа : <http://csrjournal.com/8128-socialnoe-predprinimatelstvo-eto-biznes.html>
8. Экономика, которую мы заслужили [Электронный ресурс]. – Назв. с титул. экрана. – Режим доступа : <http://qt.e-werest.org/node/3741>
9. Ashoka: Innovators for the Public [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm.
10. Соціальне підприємництво як чинник розвитку національної галузі туризму / Дульцева І. І. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – №2 (26). – С.26-29.
11. Хай-Лайн (The High Line) – парк в Манхэттене на высоте 10 метров, Нью-Йорк, США [Электронный ресурс]. – Назв. с титул. экрана. – Режим доступа :<http://www.mirkrasiv.ru/articles/hai-lain-the-high-line-vysokaja-linija-park-v-manhyetene-na-vysote-10-metrov-nyu-iork-ssha.html>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

DEVELOPMENT OF GOVERNMENT REGULATION SOCIAL SPHERE REPUBLIC OF MARI EL

Закирова О.В. Токмолаева И.В.¹ / Zakirova OV, Tokmolaeva I.V.¹

К.э.н., доцент ФГБОУ ВПО Поволжский государственный технологический университет,
myholding@mail.ru

¹ Магистрант ФГБОУ ВПО Поволжский государственный технологический университет