

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 6, 2020 | 25.06.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.6.2](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.6.2)

УДК: 338.482

*О. В. Ярошевська,  
д. е. н., доцент, професор кафедри економіки,  
Класичний приватний університет, Запоріжжя  
ORCID ID: 0000-0003-3569-8763*

*І. В. Кулько-Лабинцева,  
к. е. н., доцент кафедри економіки,  
Класичний приватний університет, Запоріжжя  
ORCID ID: 0000-0002-8491-0655*

## **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА БАЗІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

*O. Yaroshevska  
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Economics of the Classical Private University, Zaporizhzhia,  
I. Kulko-Labyntseva  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Professor of the Department of Economics of the Classical Private University, Zaporizhzhia*

### **DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ON THE BASIS OF TOURIST ENTERPRISES OF UKRAINE**

*В статті досліджено сучасні особливості формування соціального капіталу, розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України. Доведено, що соціальне підприємництво є перспективним напрямком розвитку туристичних підприємств, та туристичної галузі країни в цілому. Визначено окремі риси соціального підприємництва та їх взаємодія із туристичними підприємствами країни. Виділено ознаки соціального підприємництва на туристичних підприємствах. Доведено важливість державного регулювання та залучення громадської ініціативи до формування соціального підприємництва на базі туристичних підприємств країни. Проаналізовано функції туристичних підприємств у розрізі їх соціальної складової. Запропоновано шляхи прискорення розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України. Запропоновано використання краудфандингових платформ задля реалізації проектів соціального підприємництва на базі туристичних підприємств.*

*The article examines the modern features of the formation of social capital, the development of social entrepreneurship on the basis of tourist enterprises of Ukraine. It is proved that social entrepreneurship is a promising area of development of tourism enterprises and the tourism industry as a whole. It has been proved that the tourism industry is a promising source of filling the country's budget if the state status of social enterprises, the program of development of domestic state tourism, the program of protection of natural monuments, the tax status of enterprises with social capital are revised at the state level. By developing the tourism industry, the state will be*

*able to increase its socio-economic status. But now, under conditions of political and financial instability of social processes, tourist enterprises are almost deprived of state support and work at their own risk. Some features of social entrepreneurship and their interaction with tourist enterprises of the country are determined. Signs of social entrepreneurship at tourist enterprises are highlighted. The importance of state regulation and involvement of public initiative in the formation of social entrepreneurship on the basis of tourist enterprises of the country is proved. The functions of tourist enterprises in the context of their social component are analyzed. Ways to accelerate the development of social entrepreneurship on the basis of tourist enterprises of Ukraine are proposed. The social component of tourism enterprises, as well as social entrepreneurship in general, in our opinion, have not been sufficiently studied by domestic and foreign scientists, as the branch of social entrepreneurship is formed, sustainable development, modified, according to domestic changes. Methodological and applied aspects of this issue need further research. This is directly influenced by the development of social policy of the state, its compliance, complementarity with the social policies of other states. Development of social cooperation between states at the legal and diplomatic levels, contribute to the development and accumulation of social capital of the country. The use of crowdfunding platforms for the implementation of social entrepreneurship projects on the basis of tourism enterprises is proposed.*

**Ключові слова:** туристичне підприємство; соціальне підприємництво; соціальний капітал; краудфандинг, інновації.

**Key words:** tourist enterprise; social entrepreneurship; social capital; crowdfunding, innovation.

**Постановка проблеми.** Туристичні підприємства, їх діяльність створюють стабільну економічну галузь міжнародного туризму, яка є однією з найголовніших для багатьох країн, що наповнюють бюджет. Для деяких країн туристичні підприємства є носіями соціальних стандартів та гарантій, забезпечуючи великий відсоток населення робочими місцями із гідною оплатою праці. Велика кількість підприємств туристичної галузі має розгалужену мережу, що допомагає у розширенні та укріпленні міжнародних соціальних зв'язків.

Для України розвиток туристичних підприємств є одним з пріоритетних напрямків стратегічного розвитку країни, за умов нагальної потреби збільшення розміру соціального капіталу країни в цілому. Це можливо лише за рахунок розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств. Але, для того, щоб наблизити мету до реалізації, в країні існує ряд невирішених нагальних питань, які потребують подальшого глибокого дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Необхідно зазначити, що теоретичні та практичні аспекти розвитку соціального підприємництва розглядалися в роботах М. Наумової, С. Є. Сардак, Р. Р. Пилипчук та ін. Разом із цим, на нашу думку, потребують подальшого вивчення сучасні розвиток соціального підприємництва на базі туристичних підприємств країни, залучення для цього краудфандингу.

**Мета статті** – аналіз сучасного стану та специфіки розвитку соціального підприємництва на туристичних підприємствах України.

**Основні результати дослідження.** Соціальна складова підприємницької діяльності, хоча і врегульована нормами чинного законодавства, але не є формалізованою, наукового обґрунтованою, та є такою, що потребує впровадження в діяльність усіх учасників ринку. Сучасний бізнес сконцентрований на отриманні прибутку, оптимізації роботи фірми, виборі найкращої стратегії розвитку, виборі найліпшого варіанту розвитку економічних подій. Однак, нині у світовій економіці з'явився великий прошарок нових гравців – соціальних підприємців, що збільшують своєю діяльністю соціальний капітал.

Соціальний капітал – це зв'язки між учасниками суспільних процесів, які приносять дохід. Вони засновані на базисі соціально-економічних відносин, що виникають на основі моралі, довіри, верховенства права, розвиваються в межах певної мережі суспільної взаємодії.

Формується соціальний капітал тільки завдяки об'єднанню людей в соціальні групи, поєднані спільними інтересами, бажанням допомогти, отримати рівноправну вигоду. Розвиток стабільних підприємницьких структур нерозривно пов'язаний із розвитком соціального капіталу.

Соціальне підприємництво – діяльність, спрямована на стабільну, інноваційну зміну у структурі суспільства. Соціальні підприємці функціонують у різних галузях, таких, як, туризм, освіта, охорона довкілля. Нажаль, багато з науковців розділяють поняття соціального підприємництва і бізнесу у стандартному його розумінні. На нашу думку, великі туристичні фірми, туристичні мережі можуть поєднувати у своїй діяльності дві мети: отримання прибутку, та збільшення соціального капіталу. [1, с. 90]

Наразі науці відома велика кількість тлумачень поняття підприємництва, однак його соціальна складова, зміст, як інструменту соціального захисту населення, розвитку соціального капіталу – вивчені недостатньо. Однак теорія соціології вивчає підприємництво як один із соціальних інститутів розвитку суспільства. Соціальні інститути забезпечують своїм функціонуванням задоволення потреб суспільства, його соціальних меншин, незахищених слоїв населення. Реалізація розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України є наразі актуальною.

Туристична галузь є перспективним джерелом наповнення бюджету країни, але важливими залишаються необхідні зміни в її функціонуванні. Якщо на державному рівні будуть переглянуті: правовий статус соціальних підприємств, програма розвитку внутрішнього державного туризму, програма захисту пам'яток природи, податковий статус підприємств із соціальним капіталом, туристична галузь, а отже, і туристичні підприємства, отримають можливість перейти на якісно інший рівень розвитку. Розвиваючи туристичну галузь, держава зможе підвищити свій соціально-економічний статус. Але наразі, за умов політичної, фінансової нестабільності суспільних процесів, туристичні підприємства майже позбавлені державної підтримки та працюють на власний ризик. [2, с. 36]

Країни, привабливі для розвитку туризму, з розвинутою галуззю, наявністю великої кількості туристичних підприємств, так само приваблюють і нові інвестиційні ресурси. Інвестування у туристичні підприємства, що обслуговують внутрішній ринок туристичних послуг є досить перспективним, але недостатньо вивченим, прогнозованим, тому й викликає недовіру у іноземних інвесторів.

Оскільки, в останні роки попит на внутрішній та зовнішній види туризму з боку вітчизняного споживача, знизився, варто зазначити, що розвиток соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України, надав би можливість знизити собівартість продукту, залучити додаткові рекламні ресурси, збільшивши тим самим увагу громадськості. На сьогодні, наукові дослідження майже не торкаються питання соціального розвитку туристичних підприємств країни, науковці обґрунтовують соціальну функцію зазначених підприємств, вважають її однією з найбільш вагоміших, але розділяють туристичну та соціальну галузі, що на нашу думку є не досить доречним. [4, с. 66]

Сардак С. Е. вважає, туризм «соціально-економічним феноменом», що гарантує надходження до бюджету відповідного регіону, забезпечує населення робочими місцями, стимулює економічне зростання регіону. Однак науковець не наголошує на вагомості саме туристичних підприємств у межах країни, як одних з найперспективніших гравців внутрішнього ринку послуг. [9, с. 50]

Розвиток соціального підприємництва в межах держави, дозволив би зменшити обсяги соціальної нерівності, що посилилась із проведенням антитерористичної операції на території України, починаючи з 2014 року. Демографічна та соціальні кризи, які спостерігаються на території країни в останньому десятилітті, спонукають науковців шукати нові шляхи виходу із ускладненої фінансовою нестабільністю ситуації. Наразі, соціально незахищені особи, їх працевлаштування на туристичних підприємствах, могло б сприяти накопиченню соціального капіталу та збільшенню податкових надходжень до бюджету країни. Однак, держава наразі нехтує такою можливістю. А туристичні підприємства недостатньо вмотивовані, щоб приділяти увагу розвитку соціального підприємництва. [3, с. 295]

В основі соціального підприємництва прихований метод набуття додаткових робочих місць саме для соціально незахищених верств населення. Це, так звані соціальні інновації, які поступово впроваджуються на ринках праці розвинутих країн. В нашій країні створення, функціонування соціального підприємництва не обтяжене державним регулюванням, з одного боку, це надає деяку свободу вибору напряму та виду діяльності, з іншого ж боку – обмежує, не надає гарантій, підвищує ризики.

Наразі у багатьох європейських країнах відсутнє законодавче, уніфіковане визначення соціального підприємництва. Тобто, у багатьох галузях, як і туристичній, зокрема, використовуються тільки окремі, поодинокі методики соціального підприємництва, які мають чітко визначену місію, мету, формуються на соціальних засадах управління підприємством. Єдиного, уніфікованого визначення соціального підприємництва, також наразі не існує, що ускладнює отримання та обробку статистичних даних щодо відповідної діяльності.

Варто визначити окремі, визначаючі риси соціального підприємництва:

- зменшується негативний вплив безробіття;
- зростає рівень соціальної відповідальності суспільства;
- підвищується якість життя, завдяки впровадженню соціального підприємництва;
- прискорює впровадження соціальних інновацій.

Раніше вважалось, що соціальне підприємництво, це лише підприємства, що спрямовують свою діяльність на досягнення соціально значущих цілей, однак наразі, коли в багатьох країнах світу сфера соціальної діяльності набула чітких кордонів, можна визначити його, як реалізація соціальних програм держави за рахунок підприємницьких потужностей, підприємницьких здібностей конкретного учасника економічних взаємовідносин.

Соціальне підприємництво на туристичних підприємствах має наступні ознаки:

- інноваційність – впровадження нових методів і засобів задля підвищення соціального ефекту від надання послуги (реалізація міжнародних програм, проектів);
- дії соціального спрямування – діяльність підприємства сама по собі вирішує соціальну проблему суспільства, зменшує її вплив на суспільні інтереси (корпоративна соціальна відповідальність);

- самоокупність – фінансування соціального підприємництва за рахунок доходів із основної діяльності (безкоштовні екскурсійні тури для дітей воїнів АТО)
- масштабність – діяльність в межах декількох держав, в рамках міжнародних договорів про співпрацю;

- ринковий підхід – можливість проаналізувати, спрогнозувати недоліки ринку, та усунути їх, за рахунок впровадження нових рішень, оптимального використання ресурсів (start-up).

Проблемним питанням розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України залишається відсутність гарантій з боку держави, чіткого регулювання державою соціальних процесів, розвитку суспільства в цілому. Відсутній також механізм регулювання соціальних процесів, суспільних проблем, соціальних інновацій, що впроваджуються на підприємствах. [6, с. 50]

Спирним питанням залишається обсяг, та мета корпоративної соціальної відповідальності підприємств туризму, як фактору соціального підприємництва. Провідні країни світу наразі намагаються підтримувати соціальні стандарти не за рахунок власних ресурсів, а за рахунок залучення потенціалу вітчизняних підприємств. Зростання попиту на інвестування в людський капітал, генерування інтелектуального капіталу, призводить до необхідності впровадження корпоративної соціальної відповідальності на туристичних підприємствах.

Наразі соціальна політика держави ґрунтується на делегуванні власних функцій суб'єктам економічних, суспільних відносин. В результаті такого делегування відбувається зміщення вектору соціально-економічного зростання в бік приватного капіталу, залучення коштів приватних підприємств. З огляду на це, важливим є аналіз функцій туристичних підприємств у розрізі їх соціальної складової:

- надання, створення послуги – соціальна спрямованість послуги туристичного підприємства знайшла своє відображення в освітньому, оздоровчому, медичному, «зеленому» туризмі;
- збут послуг за «соціальною ціною», тури, програми для соціально не захищених груп населення;
- соціальний маркетинг;
- задоволення соціальних потреб працівників;
- функціонування підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальна складова функціонування туристичних підприємств, її розвиток, обумовлює необхідність розвитку комунікативних функцій, спрощення доступу соціально незахищених верств населення до туристичних послуг, налагодження взаємодії підприємства та держави щодо фінансування відповідних програм, тобто, до розвитку соціального підприємництва на їх базі. Отже, соціальна складова туристичних підприємств є важливою як для держави в цілому, так і для населення, взагалі.

В розвинутих країнах світу соціальне підприємництво на базі туристичних підприємств поширюється за рахунок високої бізнесової культури, освіти, що допомагають сформулювати вірний науковий вектор змін у структурі соціально-економічного життя країни. Відома широко розповсюджена практика туристичних підприємств по створенню громадських асоціацій на їх базі. [7, с. 35]

Такі громадські організації, об'єднавши свій інтелектуальний капітал, співпрацюють у напрямку професійного розвитку всіх учасників процесу створення соціального капіталу. Такі організації породжують тренди у туристичній галузі, надають нового спрямування державній політиці розвитку туризму. Туристичні агенти світового масштабу зауважують, що без сталої стратегії розвитку туризму, яка б ґрунтувалась на об'єднанні соціального, емоційного, фінансового капіталу, неможливий розвиток туризму жодною з країн.

Розвиток соціального підприємництва на базі туристичних підприємств України дозволив би об'єднати партнерів приватного та громадського секторів, заради стратегічного розвитку галузі. Світовий досвід розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств дає можливість зробити висновки, що Україною недооцінені комбінування вже наявних ресурсів (зелений туризм, та туристичні сільські господарства, які б змогли підвищити інвестиційну привабливість регіону). [8, с. 7]

Такі зміни можливо впровадити за рахунок громадської ініціативи, яку потрібно б було стимулювати державними грандами, наданням коштів на розробку та впровадження програм розвитку туризму країни, або окремих регіонів. Створені з допомогою громадської ініціативи туристичні об'єкти, змогли б стимулювати інноваційну та інвестиційну привабливість регіону, розвинути інші види бізнесу, стимулювали б інші конкурентні переваги. [5, с. 80]

У всьому світі соціальному підприємництву приділяють достатню увагу, саме як тенденції зростання розвитку інноваційного капіталу, зміцнення соціо-економічних зв'язків всередині держави. Соціальних підприємств вважать інноваторами, суспільно спрямованими підприємствами, підприємцями, тощо. Для України розвиток туристичної галузі може стати стратегічним з огляду на останні події у світі та стан світової економіки. Галузь, туристичні підприємства потребуватимуть інноваційних ідей, що значно підвищать їх конкурентні переваги не тільки на державному, але й на світовому ринках.

Наразі соціальне життя країни потребує додаткової уваги та фінансових вкладень, але це не є пріоритетом розвитку найближчого часу для нашої країни. Політика «підтримки» задовільного стану соціального рівня життя призводить до потреби формування соціального капіталу за рахунок приватних коштів. Соціальне підприємництво у сфері туризму на практиці багатьох країн зарекомендувало себе як можлива платформа для інноваційних зрушень. Воно надає поштовх для соціальних, комерційних національних перетворень.

Соціальне підприємництво на базі туристичних підприємств, його розвиток, мають великі перспективи, бо наділені здатністю використовувати всі наявні ресурси, поєднувати їх, задля створення нового соціально орієнтовного продукту (послуги). Для цього створюється сприятливий соціально-економічний мікроклімат, привертається достатньо громадської уваги.

Але наразі, з огляду на світову тенденцію змін у структурі та роботі туристичних фірм, варто виокремити потребу у залученні додаткових коштів, із зовнішніх джерел, задля розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств. Задля задоволення цієї мети, пропонуємо використовувати резерви краудфандингу.

Це зовсім не новий, але ще не досить освоєний в Україні вид залучення коштів задля реалізації конкретного проекту. Наразі, популярними краудфандинговими проектами, які акумулюють досить великі кошти, є проекти екотуризму. Але це не означає, обмежень щодо залучення краудфандингу до інших соціальних туристичних проектів.

Краудфандинг – це один із інструментів розвитку туристичних підприємств, а завдяки тому, що він є соціально спрямованим – один із інструментів розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств.

Він дозволяє залучити додаткові комунікації для просування окремої соціально-економічної ідеї. Соціально спрямовані проекти привертають до себе більше уваги громадськості на платформах краудфандингу. Інвестори також відслідковують подібні проекти, о надає можливість підвищити конкурентоздатність туристичного підприємства в цілому.

Варто зазначити, що в Україні краудфандингові платформи тільки розвиваються, але вже мають низку вдало реалізованих проектів. На перешкоді їх подальшому розвитку постає недосконалість правого регулювання їх діяльності, недостатня підтримка з боку держави, недостатня громадська увага. Але, підприємства туризму можуть залучати іноземні платформи краудфандингу, особливо популярними в останні часи стали платформи за принципом «спільнокошту».

**Висновки.** Соціальна складова діяльності туристичних підприємств, як і соціальне підприємництво в цілому, на нашу думку, ще не достатньо вивчені вітчизняними та зарубіжними вченими, оскільки галузь соціального підприємництва формується, набуває сталого розвитку, модифікується, відповідно до внутрішніх змін окремо взятої країни. Методичні та прикладні аспекти зазначеного питання потребують подальшого дослідження.

На це безпосередньо впливає розвиток соціальної політики держави, її відповідність, компліментарність соціальним політикам інших держав. Розвиток соціальної взаємодії між державами на юридичному та дипломатичному рівнях, сприяють розвитку та накопиченню соціального капіталу країни. Державна підтримка соціального підприємництва в межах галузей, що розвиваються, особливо, туристичної, потребує удосконалення, шляхом набуття міжнародного досвіду у вирішенні цього питання.

Стрімке збільшення в останні роки соціально незахищених категорій населення, потребує перегляду самої суті, структури, та можливостей розвитку соціального підприємництва. Наразі існує догматична, теоретико-правова проблема ідентифікації, уніфікації поняття «соціальне підприємництво».

Подальший розвиток соціального підприємництва на базі туристичних підприємств країни дозволив би не тільки об'єднати приватний та громадський сектори, але й комбінувати, більш ефективно використовувати наявні ресурси. Велику роль у розвитку цього питання змогла би зіграти державна підтримка громадської ініціативи.

Вважаємо також перспективним напрямком розвитку соціального підприємництва на базі туристичних підприємств країни взаємодію громадської ініціативи, краудфандингу. Впровадження соціального підприємництва на базі туристичних підприємств країни є перспективним, за умов великої потреби у інноваційному підході до ведення бізнесу, формування соціального та фінансового капіталу, зміцнення міжнародних зв'язків.

#### **Список використаних джерел.**

1. Бондаренко М. П. Проблеми розвитку туристичних ринків. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 2. С. 87 – 91.
2. Гессен А. Є. Формування соціальних програм підприємств на основі оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності. Стратегія і тактика державного управління. 2019. № 1 – 2. С. 35 – 39.
3. Звонар В. П. Соціальне підприємництво в контексті викликів довготривалого безробіття в Україні. Економіка та суспільство. 2016. № 5. С. 294–298.
4. Іванова З. О. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. Вісник КНУТД. 2015. № 6 (93). С. 65-68.
5. Мальська М. П. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи для України. Економічний часопис-XXI. 2015. № 155. С. 78-81.
6. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук : 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Ю.О. Масюк; Міністерство освіти і науки України, Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2017. 318 с.

7. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. Україна: аспекти праці. 2014. № 4. С. 34–39.

8. Сіренко Н. М. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти. Сталий розвиток економіки. №1. 2016. С. 5-10

9. Sardak, S. Korneyev, M. Dzhyndzhoian, V. Fedotona, T. Tryfonova, O. (2018), “Current trends in global demographic processes”. Problems and Perspectives in Management, LLC “Consulting Publishing Company “Business Perspectives”, vol. 16, Is. 1, pp. 48–57.

#### **References.**

1. Bondarenko M (2017) “Problems of development of tourist markets”, Investments: practice and experience, vol. 2, pp. 87 – 91.

2. Hesse A (2019) “Formation of social programs of enterprises based on the assessment of the level of corporate social responsibility”. Strategy and tactics of public administration, vol. 1 – 2, pp. 35 – 39.

3. Zvonar V (2016) “Social entrepreneurship in the context of long-term unemployment challenges in Ukraine”. Economy and society, vol. 5, pp. 294–298.

4. Ivanova Z (2015) “Strategic management of tourism enterprises”. Bulletin of KNUTD, vol. 6 (93), pp. 65-68.

5. Malskaya M (2015) “Introduction of foreign experience of strategic management of tourism development: opportunities and prospects for Ukraine”. Economic Journal-XXI, vol. 155, pp. 78–81.

6. Masyuk Y. (2017) “Strategic management of tourism development in Ukraine”: dis. for the degree of candidate of economic sciences: 08.00.03 - economics and management of the national economy. Lviv, 318 p.

7. Naumova M. (2014) “The essence of social entrepreneurship and its role in socio-economic development of society”. Ukraine: aspects of work, vol 4, pp. 34–39.

8. Sirenko N (2016) “Social entrepreneurship in Ukraine: main aspects”. Sustainable economic development, vol. 1, pp. 5–10.

9. Sardak, S. Korneyev, M. Dzhyndzhoian, V. Fedotona, T. Tryfonova, O. (2018), “Current trends in global demographic processes”. Problems and Perspectives in Management, LLC “Consulting Publishing Company “Business Perspectives”, vol. 16, Is. 1, pp. 48–57.

*Стаття надійшла до редакції 27.05.2020 р.*