

<https://doi.org/10.36818/2071-4653-2022-3-2>

УДК 338.48-44(1-22):502.1

JEL L31, Z32, O13

I. М. Куліш

кандидат наук з державного управління, старший науковий співробітник, старший науковий співробітник відділу регіональної екологічної політики та природокористування ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього», м. Львів

e-mail: inna.m.kulich@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8059-6291>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У СФЕРІ ТУРИЗМУ: ШАНС ДЛЯ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД

Зазначено, що підприємства, які здійснюють туристичну діяльність у сільських територіальних громадах, мають ознаки соціальних і відповідають «потрійному критерію», забезпечуючи підвищення добробуту та якості життя мешканців сільських населених пунктів. Законодавство України надає широкі повноваження органам місцевого самоврядування щодо планування та фінансування туристичної діяльності, але їхні можливості обмежені, оскільки більшість сільських бюджетів є дотаційними. Підкреслено, що розвиток туризму в сільських місцевостях можливий лише за умови усвідомлення жителями громад усіх вигод і відповідальності, пов'язаної із цією діяльністю. На прикладі гірськолижних курортів показано, що практика моноекономічного орієнтування становить загрозу для локальних громад, оскільки добробут жителів стає надто залежним від мінливих природно-кліматичних умов. Розкрито, що вагомим чинником успіху соціального підприємництва у сфері туризму на рівні невеликих сільських громад є максимальне використання наявних місцевих ресурсів. Наголошено на обов'язковості врахування рівня привабливості місцевих природних умов і ресурсів та інших факторів для туристичної діяльності, а також постійного пошуку невикористаних резервів. Проаналізовано відмінності в результатах діяльності класичного й соціального туристичного підприємства для місцевих громад. Виділено основні вектори впливу соціального підприємництва у сфері туризму на розвиток сільських територій.

Ключові слова: туризм, соціальне підприємництво, мала сільська громада, об'єднання громад, сільський населений пункт.

Kulich I. SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM: A CHANCE FOR RURAL COMMUNITIES

The article argues that enterprises that develop the tourism sector in rural territorial communities have the characteristics of social enterprises and meet the threefold criterion – they ensure the well-being of residents of rural settlements. Ukrainian legislation gives local governments broad powers to plan and finance tourism activities, but their capacities are very limited as most rural budgets are subsidized. It is possible to promote tourism in rural communities only if the majority of residents are aware of all the benefits and responsibilities associated with this activity. The article confirms that uncontrolled exploitation of natural resources can lead to their irreversible depletion. The example of ski resorts shows that the practice of a single economic activity for the whole area poses a threat to local communities, as the well-being of residents becomes very dependent on natural and climatic conditions. The article emphasizes that the maximum use of available local resources is an important factor in the success of social entrepreneurship in tourism at the level of rural communities. In order to avoid conflicts when planning business, it is necessary to take into account the natural and anthropic resources of each community and compare the forms of their use with local values and traditions. Differences in the results of the impact on the local community as a result of the activities of the classic and social tourism enterprise on its territory are analyzed. The main vectors of the impact of social entrepreneurship in tourism on the social aspects of rural areas are highlighted.

Keywords: tourism, social entrepreneurship, small rural community, consolidation of communities, rural settlement.

Постановка проблеми. Глобалізація та стрімкий розвиток транспортно-комунікаційних мереж викликав пришвидшений розвиток туризму. Водночас усе частіше висловлюється ідея щодо потреби в підвищенні рівня відповідальності людини за стан навколишнього середовища. Із цих тенденцій виникло захоплення екологічним, зеленим і сільським туризмом, вони вважаються перспективною сферою та новими можливостями для розвитку невеликих сільських територіальних громад. Вираз «соціальне підприємництво в туристичній галузі» вже передбачає створення певних вигод, об'єднаних загальною назвою «потрійний критерій» (Triple Bottom Line [1, с. 70]). У такому контексті потрійний критерій означає, що підприємство, крім прибутку (еконо-

мічний критерій), завдяки діяльності, пов'язаній з туризмом, приносить соціальну або екологічну користь.

Аналіз останніх досліджень. Соціальне підприємництво у сфері туризму як один із способів збереження автентичності розглядають К. де Бернарді та Д. Аренас [2]. С. С. Махато, Т. Дж. Фі та Л. Пратс, аналізуючи роль дизайн-мислення для досягнення успіху соціальних підприємств у туристичній сфері, встановили, що цьому перешкоджає відсутність достовірної інформації про механізми прийняття інноваційних рішень зацікавленими сторонами [3]. Х. Р. Куміта зі співавторами вважають, що розвиток соціальних підприємств сфери туризму безпосередньо залежить від місцевих умов і культурних

особливостей, зокрема від розуміння ролі належних санітарно-гігієнічних умов [4]. С. Солвол, А. Г. Алсос та О. Буланова, проаналізувавши присвячені підприємству у сфері туризму публікації за останні 15 років, дійшли висновку, що потрібно відрізнити конвергентний підхід, який ґрунтується на основних теоріях підприємництва, і дивергентний, коли таке підприємство розглядають як відмінне від інших його видів, а також визначили тенденції, що відображають означені підходи [5]. Автори [6] розглянули ситуацію, коли дрібні сільські громади з обмеженими можливостями об'єдналися для створення умов для туризму. У процесі спільного пошуку шляхів покращення добробуту громад завдяки туризму було напрацьовано загальне зобов'язання щодо взаємодії з навколишнім середовищем як спільним благом. Ф. Лоу, Дж. Філіпсон і П. Р. Лі розглядають соціально-технічні інновації як загальну концепцію для розуміння технологічних змін, їх соціально-економічну та екологічну взаємодію, спрямовану на розвиток території. На їхню думку, туристична діяльність для кожної конкретної сільської території є інновацією [7]. Такої ж позиції дотримуються М. Фернандес, Б. Кастільєхос та А. Рамірес, які вважають, що соціальне підприємство має базуватись на діловому підході, а головна умова конкурентоспроможності – це технологічні інновації [8].

Метою статті є розкриття умов, можливостей і результатів діяльності соціального підприємництва в туристичній сфері як одного із шансів для розвитку сільських територій.

Основні результати дослідження. Закон України «Про туризм» визначає низку повноважень органів місцевого самоврядування (сільських, селищних рад) у сфері розвитку туризму [9]:

- затверджувати місцеві програми розвитку туризму;
- визначати кошти місцевих бюджетів для фінансового забезпечення місцевих програм розвитку туризму;
- доручати своїм виконавчим органам фінансування місцевих програм розвитку туризму коштом місцевого бюджету;
- вживати заходів для стимулювання суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг.

На жаль, сьогодні більшість сільських громад мають низьку фінансову спроможність, що обумовлює практично повну залежність їх від державного бюджету. Недостатня активність або й повне згортання підприємництва на сільських територіях є основним чинником їхньої депресивності і здебільшого спричинене інституційними вадами [10, с. 157]. Тому можливості органів місцевого самоврядування у фінансуванні розвитку туристичної сфери досить обмежені.

За цих умов одним із шляхів поліпшення соціально-економічної ситуації на сільських територіях є розвиток екологічного й агротуризму в малому форматі на засадах соціального підприємства.

Соціальні підприємства сфери туризму втілюють довготривалі стратегії економічної та соціальної спадкоємності не лише завдяки тому, що відіграють активну роль у розвитку тих громад, що приймають туристів, а й завдяки сприянню в збереженні довкілля, розширенню спектра соціальних прав і можливостей, зокрема в управлінні [11, с. 101]. Однак без загального зацікавлення в цій діяльності з боку органів місцевого самоврядування та мешканців започаткування туризму в малій громаді чи об'єднанні громад ускладнюється.

Сучасний ринок туристичних послуг розвивається та функціонує в умовах конкуренції як між туристичними операторами, так і між власниками туристичних об'єктів. Кожний такий об'єкт намагається запропонувати особливі можливості для споживача. Унікальні природні умови сприяють великій кількості видів туризму в Україні. Проте вони не завжди використовуються належно [12, с. 82]. Деколи цей тип економічної діяльності має гіпертрофований вигляд, особливо в місцевостях, що належать до відомих осередків відпочинку. Для місцевостей, що асоціюються із назвою «Шацькі озера», «Буковель», «Славське» тощо, туризм перетворився на практично єдиний вид доходу. Природні ресурси цих місцевостей піддаються безконтрольній експлуатації, що завдає шкоди навколишньому середовищу. Наприклад, загальна чисельність населення Шацького району Волинської області становила близько 17 тис. осіб, а річна кількість туристів-відпочивальників перевищувала 150 тис. осіб. У населених пунктах на території Шацького національного природного парку до сьогодні відсутні каналізація та очисні споруди, організовано лише вивіз твердих побутових відходів; відповідно, щороку зростає навантаження на навколишнє середовище. Ситуацію погіршує масова самовільна забудова територій поблизу озер. Тому органам місцевої влади в громадах, де планується туристична діяльність, передусім потрібно забезпечувати мінімізацію впливу на довкілля, ураховуючи це на стадії розроблення планів і програм розвитку.

Крім того, вузький туристичний спектр економічної діяльності, що виник в окремих місцевостях, робить ці території та населення, яке на них проживає, економічно вразливими. Наприклад, добробут більшості жителів Буковеля, Славського та інших населених пунктів, де розташовані гірськолижні курорти, критично залежить від природно-кліматичних умов, у несприятливі роки спостерігається великий спад доходів місцевого населення.

На рівні територіальної громади програми започаткування туристичної діяльності слід ретельно узгоджувати з місцевими можливостями, зокрема допустимою кількістю туристів, яких можна прийняти без створення дискомфорту для жителів і негативного впливу на навколишнє середовище. Водночас орієнтування на соціальне підприємство, що керується «потрійним критерієм», здатне вирішити це завдання. Ще одним вагомим чинником такого орієнтування є максимальне використання вже

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРІОДУ УКРАЇНИ

наявних ресурсів без залучення фінансів територіальних громад.

Туристичний потенціал будь-якої території треба розглядати через дві ресурсні складові [13, с. 4]:

- природну (представлена мальовничими ландшафтами, різноманітням конфігурації рельєфу, сприятливими кліматичними умовами, лікувальним значенням і багатством природних особливостей);
- антропогенну (представлена історичними або релігійними пам'ятками, архітектурними об'єктами, музеями та музейними колекціями, самобутніми елементами етнографії та фольклору, сучасними престижними досягненнями тощо).

Успіх можливий лише за наявності зазначених ресурсних складових.

Розвиток туристичної сфери в невеликих територіальних громадах, особливо сільських, та об'єднаних громадах сприятиме появі низки позитивних змін, що вкрай потрібні для функціонування цих громад (рис. 1).

Дослідження показують, що розвиток туристичної сфери дозволяє суттєво збільшувати частку несільськогосподарської зайнятості на сільських територіях, водночас значно зростають доходи від реалізації сільськогосподарської продукції в локальних громадах, де практикується туризм [14, с. 35]. Тобто товари продаються за тією ж самою ціною, що й у місті, але, урахувавши відсутність транспортних та інших витрат, прибуток виробників виявляється майже на порядок більшим.



Рис. 1. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток сільських територій

Джерело: розробка автора.

Викликає занепокоєння зменшення чисельності сільського населення та зникнення низки поселень в Україні. Це загальна проблема для країн світу, зокрема і Японії. У середині 1970-х років тут на урядовому рівні було вжито багато заходів для приваблення людей на проживання в сільських районах, навіть виник «Рух за створення сіл». У той самий період подібні проблеми спостерігались і в Південній Кореї. Тоді ця країна ініціювала міжнародний рух «За нове село». Основні завдання згаданих рухів полягали в підвищенні рівня життя, вивільненні доходів жителів міста й села, розвитку внутрішньої співпраці в локальних громадах. Заходи щодо збереження і відродження сільських поселень здійснюються також урядами європейських країн.

Туристична галузь зазвичай не може повністю забезпечити всі потреби сільської території, однак за умови ефективного використання наявних можливостей ця сфера створює робочі місця для майже 10% жителів.

Вирішальне значення для розвитку туристичної сфери мають транспортні мережі, причому не варто розраховувати лише на приватний транспорт, обов'язково слід подбати про належний стан доріг, розміщення вказівників, забезпечити доступність і поширення інформації про туристичні об'єкти.

Для кожного нового туристичного стартапу потрібно шукати власну неповторну особливість. В Японії, наприклад, у 1970-х роках працювала програма розвитку села «Одне село – один продукт» (охоплювала понад 300 сіл), суть якої полягала в спеціалізації на конкретній продукції, що була унікальною саме для цієї території. Одним з результатів втілення програми стала велика кількість гастрономічних туристів, які їхали придбати продукти безпосередньо у виробника.

Соціальне підприємництво в туристичній сфері вирішує життєві проблеми місцевої громади, а за низкою ознак відрізняється від класичного, зосередженого лише на прибутку:

- зростання цін на туристичні послуги в разі орієнтування на соціальне підприємництво збільшує кількість робочих місць, а в класичному – навантаження на одного працівника зі збереженням попередньої заробітної плати;
- соціальне підприємство враховує потреби та побажання місцевої громади, тоді як класичне діє виключно на підставі попередньо укладених угод і не схильне до компромісів;
- більша частина прибутків класичного підприємства залишається в підприємстві, а соціального – скеровується на потреби громади.

Дуже важливим завданням планування соціального підприємництва у сфері туризму є вирішення дилеми – що користуватиметься більшим попитом: надання послуг із забезпеченням туристам комфортного проживання на рівні міських умов чи, навпаки, більше наближення до «дикої» природи, старовинного укладу, суворої умов виживання тощо. Здійснити вибір дозволить вивчення кон'юнктури ринку, дослідження туристичного попиту. Раніше під поняттям «сільський туризм» більшість споживачів розуміли виключно відпочинок з пікніками на природі, а сьогодні ця сфера пропонує все більше занурення в сільський побут (виконання домашньої роботи без використання побутової техніки, застосування старовинних знарядь, виготовлення автентичних місцевих страв, заготівля дикорослих лікарських рослин, участь у різноманітних обрядах тощо). Слід обов'язково шукати власну нішу, особливість, неординарність, що привабить туристів.

Водночас не можна припиняти пошуку невикористаних резервів, адже справжня унікальність не визначається априорі – це те, над чим слід постійно працювати [2].

Велике значення має ретельне виваження балансу співвідношення «ціна-якість». Наприклад, по два боки українсько-угорського кордону розташовані оздоровчі комплекси, що надають послуги на основі використання термальних вод. Відстань між двома комплексами становить близько 100 км, процедури пропонуються практично однакові, проте їхня вартість в Україні значно вища. Відповідно, туристичний потік і гроші, оминаючи вітчизняні заклади, скеровуються за кордон.

Висновки. Депопуляція сільських територій великою мірою зумовлюється відсутністю можливостей заробітку, тому розвиток туризму, особливо якщо ця діяльність буде сприйматись як втілення спільної мети, до якої прагнутиме більшість жителів територіальної громади, дасть великий шанс не лише для збереження сільських населених пунктів, а й слугуватиме вирішенню низки інфраструктурних проблем – з'являться кошти на ремонт доріг, благоустрій, облаштування водопостачання і каналізації тощо. Крім того, зарубіжний досвід показує, що наявність успішних стартапів приваблює в сільську місцевість жителів міст, навіть тих, які не бачать себе працівниками сільського господарства. А зростання чисельності населення призводить до

розвитку, а не занепаду інфраструктури населених пунктів.

Спільна праця жителів територіальної громади щодо розвитку соціального підприємництва у сфері туризму сприяє гуртуванню і благополуччю громади. Навіть якщо мешканець не отримує прямого прибутку від туризму, він користується спільними благами, що виникають у локальному середовищі завдяки розвитку цієї сфери.

Розвиток туризму в сільських громадах сприятиме також посиленню громадського контролю за станом навколишнього середовища, адже місцеві жителі будуть безпосередньо зацікавлені в збереженні лісів, благоустрої території, поліпшенні стану водних об'єктів, належному поводженні з відходами тощо.

Перспективи подальших досліджень розглядаються в напрямі конкретизації критеріїв і форм соціального підприємництва у сфері зеленого туризму в Україні, урахуваючи зарубіжну практику.

Список використаних джерел

1. Elkington J. Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st century business. Capstone: Oxford, 1997. 402 p.
2. De Bernardi Ch., Arenas D. How to avoid swinging: A social enterprise's quest for authenticity in tourism. *Tourism Management*. 2022. Vol. 89. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104439>
3. Mahato S. S., Phi T. G., Pratsa L. Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021. Vol. 49. Pp. 396-406. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.10.010>
4. Kummitha H. R., Kolloju N., Jancsik A., Szalók Z. C. Can tourism social entrepreneurship organizations contribute to the development of ecotourism and local communities: Understanding the perception of local communities. *Sustainability*. 2021. Vol. 13(19). Pp. 110-131. DOI: <https://doi.org/10.3390/su131911031>
5. Solvoll S., Alsos G. A., Bulanova O. Tourism entrepreneurship – Review and future directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2015. Vol. 15. Pp. 120-137. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1065592>
6. Bærenholdt J. O., Fuglsang L., Sundbo J. A coalition for «small tourism» in a marginal place: Configuring a geo-social position. *Journal of Rural Studies*. 2021. Vol. 87. Pp. 169-180. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.09.010>
7. Lowe P., Phillipson J., Lee R. P. Socio-technical innovation for sustainable food chains: roles for social science. *Trends in Food Science & Technology*. 2008. Vol. 19. Pp. 226-233. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2007.11.005>
8. Fernandez Aldecoa M. J., Castillejos Lopez B., Alfonso Ramirez Luna J. Empresas sociales y ecoturismo en Bahías de Huatulco, México. *Diagnóstico de la gestión empresarial. Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2012. Vol. 21(1). Pp. 203-224. URL: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721630012.pdf>
9. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Законодавство України:

сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

10. Мокій А. І., Дацко О. І. Розвиток соціального підприємництва у контексті зміцнення економічної безпеки депресивних територій. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2014. Вип. 1(53). С. 155-166.

11. Mendoza-Moheno J., Cruz-Coria E., González-Cruz T. F. Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 171. Pp. 98-109. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120949>

12. Куліш І. Екологічний туризм як чинник розвитку сільських територій України. *Економіка АПК*. 2013. № 2. С. 80-85.

13. Abdo K. The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*. 2021. Pp. 1-10. DOI: <https://doi.org/10.5171/2021.652463>

14. Yang J., Yang R., Chen M. H., Su Ch. H., Zhi Y., Xi J. Effects of rural revitalization on rural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2021. Vol. 47. Pp. 35-45. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.008>

References

1. Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone: Oxford.

2. De Bernardi, Ch., & Arenas, D. (2022). How to avoid swinging: A social enterprise's quest for authenticity in tourism. *Tourism Management*, 89. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104439>

3. Mahato, S. S., Phi, T. G., & Pratsa, L. (2021). Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 396-406. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.10.010>

4. Kummitha, H. R., Kolloju, N., Jancsik, A., & Szalók, Z. C. (2021). Can tourism social entrepreneurship organizations contribute to the development of ecotourism and local communities: Understanding the perception of local communities. *Sustainability*, 13(19), 110-131. DOI: <https://doi.org/10.3390/su131911031>

5. Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2015). Tourism entrepreneurship – Review and future directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15, 120-137. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1065592>

6. Bærenholdt, J. O., Fuglsang, L., & Sundbo, J. (2021). A coalition for «small tourism» in a marginal place: Configuring a geo-social position. *Journal of Rural*

Studies, 87, 169-180. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.09.010>

7. Lowe, P., Phillipson, J., & Lee, R. P. (2008). Socio-technical innovation for sustainable food chains: roles for social science. *Trends in Food Science & Technology*, 19, 226-233. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2007.11.005>

8. Fernandez Aldecua, M. J., Castillejos Lopez, B., & Alfonso Ramirez Luna, J. (2012). Empresas sociales y ecoturismo en Bahías de Huatulco, México. *Diagnóstico de la gestión empresarial. Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 21(1). Pp. 203-224. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721630012.pdf> [in Spanish].

9. Pro turyzm [On tourism] (1995). Law of Ukraine, adopted on 1995, Sep 15, 324/95-VR. Legislation of Ukraine: Website. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].

10. Mokiy, A. I., & Datsko, O. I. (2014). Rozvytok sotsial'noho pidpryyemnytstva u konteksti zmitsnennya ekonomichnoyi bezpeky depresyvykh terytoriy [Development of social entrepreneurship in the context of strengthening the economic security of depressed areas]. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu – Bulletin fra Chernivtsi Trade and Economic Institute*, 1(53), 155-166. [in Ukrainian].

11. Mendoza-Moheno, J., Cruz-Coria, E., & González-Cruz, T. F. (2021). Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 98-109. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120949>

12. Kulish, I. (2013). Ekolohichnyy turyzm yak chynnyk rozvytku sil's'kykh terytoriy Ukrayiny [Ecological tourism as a factor in the development of rural areas of Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy of AIC*, 2, 80-85. [in Ukrainian].

13. Abdo, K. (2021). The Impact of Rural Tourism on the Development of Regional Communities. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics*. DOI: <https://doi.org/10.5171/2021.652463>.

14. Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, Ch. H., Zhi, Y., & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol. 47. 35-45. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.008>

Статтю підготовлено в межах виконання відомчої науково-дослідної теми "Структурно-функціональне й інституційне забезпечення регіональної системи управління відходами в умовах децентралізації" (ДР № 0122U002621).

Надійшло 23.06.2022 р.