

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА КРАУДФАНДІНГ – ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND CROWDFUNDING – TOOLS TO DEVELOP ECOLOGICAL TOURISM

Коваленко Л.П.

старший викладач кафедри туризму,
Одеський національний економічний університет

Колотова Н.Б.

асистент кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет

У статті виділено основні завдання розвитку екологічного туризму. Розглянуто значення соціального підприємництва та краудфандінгу в екологічному туризмі. На прикладі краудфандінгової компанії «Кемпінг «Актове» показано, що соціальне підприємництво у сфері екологічного туризму залучає увагу суспільства і створює сприятливий інвестиційний фон для розвитку нового туристичного продукту, а кошти від реалізації туристичних послуг у повному обсязі спрямовуються на вирішення інфраструктурних та соціальних проблем природних та сільських територій.

Ключові слова: екологічний туризм, соціальне підприємництво, краудфандінг.

В статье выделены основные задачи развития экологического туризма. Рассмотрено значение социального предпринимательства и краудфандинга в экологическом туризме. На примере краудфандинговой компании «Кемпинг «Актово» показано, что социальное предпринимательство в сфере экологического туризма привлекает внимание общества и создает благоприятный инвестиционный фон для развития нового туристического продукта, а средства от реализации туристических услуг в полном объеме направляются на решение инфраструктурных и социальных проблем природных и сельских территорий.

Ключевые слова: экологический туризм, социальное предпринимательство, краудфандинг.

In the article are considered the main tasks of development of ecological tourism. And also is determined the importance of social entrepreneurship and crowdfunding in ecological tourism. Using the example of the campaign Camping «Aktovo», it is shown that social entrepreneurship in the sphere of ecological tourism attracts the attention of society and creates a favorable investment background for the development of a new tourist product, and funds from the sale of tourist services are fully channeled to solve the infrastructural and social problems of natural and rural territories.

Keywords: ecological tourism, social entrepreneurship, crowdfunding.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В Україні екологічний туризм в його організованому виді, по суті, робить перші кроки. Традиційно його прийнято здійснювати на територіях національних парків і природних заповідників. Саме тут зосереджено найбільш примітні природні цінності, залучення до яких і притягає численних туристів. [1] Екологічний туризм порівняно з іншими видами туризму має більш виражену соціально-економічну спрямованість. Правильно організована діяльність із розвитку цього виду туризму може дати як природним територіям, так і місцевому населенню регіону, що спеціалізується на екотуризмі, нові економічні можливості і тим самим зайняти вагоме місце в економіці регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Основні питання з дослідження екотуризму були розглянуті у працях В. Смолія, Г. Сорокіної, В. Федорченка, В. Цибуха, В. Явкіна, О. Кручек, Н. Шумлянської, В. Кекушева, Т. Сергєєва, В. Храбовченко. Вивчення краудфандінгу залучає до досліджень усе більшу кількість науковців з різних країн: І. Васильчука, О. Зозульова, К. Полторак, Л. Швець, Д. Хау. Питаннями соціального підприємництва зацікавлені науковці К. Прахалад, Б. Дрейтон Ф. Боши, Дж. Томпсон, Б. Доєрті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Екотуризм повинен: ґрунтуватися на використанні переважно природ-

них ресурсів; мінімізувати збиток природному і соціально-культурному середовищу; орієнтуватися на екологічну просвіту й освіту; забезпечувати стійкий соціально-економічний розвиток, а також культурне й екологічне благополуччя населення тих районів, де він здійснюється [1].

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є розгляд інструментів – краудфандінг та соціальне підприємництво, які допомагають місцевим громадам природних територій організувати екотуристичні заходи на користь місцевого населення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Незважаючи на соціально-економічну, соціокультурну, соціально-екологічну привабливість екологічного туризму, українці демонструють украй низькі поведінкові практики й установки на споживання екотуристського продукту; орієнтація населення на екологізацію свого дозвілля проявляється тільки у молоді у віці від 18 до 25 років, з активною життєвою позицією, орієнтованими на ЗСЖ і хобі, пов'язаними з природою.

Консультаційна група Бостона навіть створила спеціальний термін, що описує цей тип споживачів – «омні-споживач», який приймає тільки екологічно чисті продукти, ретельно стежить за власним здоров'ям та відмовляється від продуктів і послуг, які негативно впливають на довкілля. У нього завжди під рукою електронні гаджети, які дають можливість швидко отримати всю необхідну інформацію з Інтернету [2].

Це свідчить про те, що екологічно орієнтований туризм як форма екологізації способу життя доки ще не став частиною ціннісної системи суспільства, звичною практикою проведення дозвілля за винятком тих випадків, коли здійснення екологічного туризму відповідає хобі. У протилежність населенню західних країн, де екологічний спосіб життя стає усе більш масовим і доступним, у нашому суспільстві подібні проєкологічні практики одиничні, більшою мірою характерні для учасників молодіжних і екологічних рухів, чим для пересічних громадян [3], тому вкрай важливо, з одного боку, підвищувати інформованість населення про можливості здійснення екологічних турів, з іншого – обладнати території екологічного туризму для максимально комфортного дозвілля для сімей із дітьми і представників старшого покоління. Ці практики створюють об'єктивні передумови для формування ціннісних установок у населення на екологізацію способу життя, залучення людей у проєкологічну діяльність, що сприятиме формуванню екологічної культури у населення.

Виділимо основні завдання розвитку екологічного туризму:

- підвищення рівня екологічної освіти і загальної культури населення;
- забезпечення соціально-економічних альтернатив виснажуючим формам природокористування;

– зміна відношення місцевих жителів до територій, що охороняються, як територій, що мають не лише естетичну, але й економічну цінність, залучення їх до співпраці в розвитку екологічного туризму;

– поліпшення соціальних і економічних умов у місцевих співтовариствах, у тому числі завдяки створенню нових робочих місць для місцевих жителів;

– створення додаткових джерел фінансової підтримки природних територій, що особливо охороняються;

– розвиток міжнародної співпраці української системи природних територій, інтеграція в систему світового ринку екологічного туризму.

Тенденції розвитку соціального підприємництва в розвинених країнах зумовлені наявною культурою бізнесу і спрямованістю освіти. У світовій економіці політика протекціонізму в туризмі проявляється створенням громадських асоціацій туристських фірм і операторів (UNWTO, FUA AV, IFTO, WATA), практикою яких відзначається, що громадські організації гнучкіше і більш професійно розбираються в тонкощах створення й надання послуг. З урахуванням їх пропозицій формується національна політика у сфері туризму.

Світові туристські агенти наполягають, що на світовому ринку вирішальне значення матиме стратегія розвитку туризму, ґрунтована на кооперації партнерів із громадського і приватного секторів, тому цілком стратегічно вірним є розгляд можливостей розвитку галузі туризму на принципах соціального підприємництва [4, с. 444].

Соціальне підприємництво у сфері туризму у світі приводить нові комбінації наявних ресурсів, наприклад туристичні сільські господарства для нейтралізації занепаду регіону, садиби зеленого туризму, які підтримують збереження рідкісного виду тварин та ін. Громадська ініціатива створює туристичні об'єкти, які мають власні конкурентні переваги, а їх життєдіяльність провокує розвиток бізнесу, інвестицій та інновацій у соціально-економічному житті території.

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 у сфері туризму довели життєздатність своїх ідей не лише стійким комерційним, але й соціальним ефектом, чого так жадає отримати сучасна держава будь-якої політичної формації в умовах ринкової економіки.

Як уже відзначалося, особлива заслуга соціального підприємництва у сфері туризму – здатність здійснювати прорив підприємницької енергії в межах її виникнення, залучати до цього увагу суспільства і створювати сприятливий

інвестиційний фон для розвитку нового туристичного продукту [4, с. 446].

Для забезпечення інвестиціями можливо скористатися краудфандінгом. Краудфандінгові платформи є безпосередньо джерелом фінансування, але й одним з ефективних комунікаційних інструментів для реалізації підприємницьких проектів. Правильно проведена краудфандінгова кампанія привертає увагу до ідеї, підвищуючи шанси проекту завоювати увагу споживачів та інвесторів. За такого розуміння краудфандінгу головним показником успіху є притягнена за час кампанії аудиторія і зворотний зв'язок, а не зібрані кошти.

Український краудфандінг знаходиться ще на етапі становлення, і суми зборів на українських краудфандінг-платформах поки що незначні порівняно із зарубіжними платформами. Але новому проекту, орієнтованому на вітчизняний ринок, рекомендується проводити кампанію саме на українській платформі для завоювання потенційних споживачів. На українських платформах уже проведено декілька туристичних проектів. Зараз в Україні є дві крауд-платформи, які постійно розміщують проекти та мають широку аудиторію – «Спільнокошт – BigIdea» та Na-Starte (табл. 1).

Наведена таблиця показує, що краудфандінгова платформа «Спільнокошт – BigIdea» є більш популярною та гнучкою для авторів проектів.

Серед реалізованих краудфандінгових проектів на платформі «Спільнокошт – BigIdea» є й проект екотуризму «Кемпінг «Актове». Роз-

глянемо цей кейс, який є прикладом поєднання проведення краудфандінгової кампанії задля розвитку соціального підприємництва у сфері екологічного туризму.

Кемпінг «Актове» – спроба реалізувати механізм соціального підприємництва у мальовничому селі Актове, яке має величезний туристичний потенціал. Цей потенціал компанія намагається використати для організації у селі зручного відпочинку, який поєднував би безпосереднє перебування на природі та відповідний рівень комфорту. Кошти від туристичних послуг, зібрані тут, у повному обсязі спрямовуються на вирішення інфраструктурних та соціальних проблем села, зокрема на налагодження водопостачання, благоустрій території, вивіз сміття та оплату туристичних послуг Національного природного парку «Бузький гард» [7] (табл. 2).

За показниками краудфандінгової кампанії цей проект був успішним (варто відзначити, що це одна з найуспішніших ініціатив на платформі) – зібрано 82 554 грн. за запиту в інвестиціях у 60 000 грн. Можна припустити, що за правильно проведеної кампанії з просування кемпінгу конверсія буде досить високою. Для повноти аналізу необхідно розглянути розмір інвестицій і розподіл винагород (табл. 3).

Результати табл. 3. підтверджують вірність стратегії формування винагород, оскільки 70% спонсорів (від тих, хто мав нагоду претендувати на винагороди) обрали відвідування кемпінгу, що є одним із головних завдань проекту. Це ще раз підкреслює, що краудфандінг у туристичному бізнесі відрізняється тим, що

Таблиця 1

Порівняння крауд-платформ «Спільнокошт – BigIdea» та Na-Starte

Критерій	Спільнокошт – BigIdea	Na-Starte
Аудиторія	24612	4251
Умови виплати коштів	Автор Проекту отримує зібрані від Добродійців Внески тільки у разі, якщо Проект зібрав за допомогою Програми повну суму грошових коштів за встановлений строк. Існує схема гнучкого фінансування, яка передбачає можливість отримання зібраних на Сайті коштів, якщо Проектом уже зібрана сума, яка перевищує 50% заявленої суми.	Автор проекту отримує зібрані Вклади тільки у разі, якщо Проект зібрав повну суму грошових коштів у встановлений термін.
Комісія	Під час перерахування Виконавцю Проекту грошових коштів Організація самостійно утримує із цієї суми адміністративні витрати у розмірі 10%, що включають комісії платіжних систем та витрати на розвиток веб-ресурсу і популяризацію Програми. За схеми гнучкого фінансування утримується 15% від загальної суми зібраних коштів.	Агентська комісія платформи Na - Starte стягується тільки у тому випадку, якщо проект збирає необхідну суму. Комісія складає у такому разі 8 % суми без урахування комісії платіжних систем.
Кількість успішних проектів	157	14
Загальна кількість проектів	255	78

Джерело: складено авторами за [5; 6]

Таблиця 2

Індикатори проведення краудфандінг-кампанії

Показник	Значення
Відсоток від заявленої суми	137,6 %
Швидкість збору	20% за перші 5 днів
Середнє значення пожертвувань спонсорів	602 грн
Кількість спонсорів на проект	137
Кількість переглядів сторінки проекту на платформі	7614
Кількість переходів по зовнішніх посиланнях проекту	917
Конверсія (доля користувачів, що вчинили інвестиції від загального числа тих, що переглядали проект)	1,8%
Доля нових для платформи інвесторів, що профінансували проект	70,1%

Джерело: складено авторами за [8]

Таблиця 3

Розподіл винагород

Сума внеску	Тип винагороди	Кількість спонсорів
Від 100 грн.	Сувенір (магніт) на згадку про дивовижну красу каньйону в селі Актове	17
Від 200 грн.	Безкоштовна екскурсія по Актовському каньйону (до 10 осіб)	33
Від 400 грн.	Запрошення на уїкенд у кемпінгу. Ви отримаєте зручний двоспальний намет, по два килимки та спальники.	34
	Збір чаю з чабрецю, меліси та м'яти.	6
Від 500 грн.	Баночка місцевого меду.	7
Від 1000 грн.	Офіційна подяка за розвиток села від громадської організації «Фонд оновлення села», яка буде опублікована на сторінках сайту aktovo.com та у соціальних мережах.	2
Від 1500 грн.	Запрошення на велику компанію друзів – оренда усієї території кемпінгу та спорядження	8

Пояснення: показники в табл. 3 не відповідають кількості спонсорів, оскільки вісім осіб інвестувало менше 100 грн., інші приховали суму інвестицій, що означає внесок менше 100 грн., або внески авторів проекту, яким винагороди не вручаються.

Джерело: складено авторами за [8]

спонсори не лише підтримують ідею, вони самі є інвесторами проектів, відповідних їх уявленню тієї або іншої подорожі. Фінансування проекту, як правило, стає частиною відпустки спонсорів [9].

Зазначимо, що до жовтня 2016 р. усі винагороди було реалізовано. Це дало змогу протестувати сервіс у кемпінгу, визначити цілі і стратегію просування на майбутній туристичний сезон. Колишні спонсори проекту, а нині клієнти кемпінгу з нетерпінням чекають на початок нового туристичного сезону в Актовському каньйоні. Завдяки громадській організації «Фонд оновлення села» Трикратівською сільською школою було отримано першу фінансову допомогу в розмірі 10 тис. грн. Ці гроші були залучені за допомогою діяльності кемпінгу «Актове». Команда кемпінгу «Актове» декларує, що гроші, залучені внаслідок туристичної діяльності, будуть вирішувати соціальні питання сільських територій (села Актове та Трикрати): ремонт дорожнього покриття, благоустроїв, освітлення вулиць, підтримка закладів культури, освіти та охорони здоров'я, а також

охорона об'єктів історичної спадщини, що, своєю чергою, підвищить рівень туристичної привабливості сільських територій.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Перспективи і можливості змін соціального положення за допомогою такого міксу активності, як підприємництво, краудфандінг і громадська ініціатива, перетворюється на впровадження соціального підприємництва під час вирішення соціально-економічних проблем громад природних територій. Використання принципів соціального підприємництва у бізнес-активності в екологічному туризмі призводить до утворення синергетичного ефекту у вигляді креативних рішень із подальшим отриманням конкурентних переваг під час реалізації цих рішень у бізнес-практиці.

До конкурентних переваг у просторі соціального підприємництва та краудфандінгу слід віднести: ефективне позиціонування, синергію можливостей бізнесу з потребами споживачів, гнучку ринкову позицію компанії, інноваційну мобільність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Любонько Т.В. Формування організаційно-економічного механізму управління розвитком екологічного туризму / Т.В. Любонько // Ефективна економіка. – 2014.– № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3761>
2. Чахова Д.А., Кобяк М.В. Современные кемпинги – новые возможности развития рынка туристских услуг / Д.А. Чахова, М.В. Кобяк // Наукоеведение. – 2015. – Т. 7. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf>
3. Ермолаева П.О. Экологический туризм как форма проявления экологизации образа жизни / П.О. Ермолаева // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. «Гуманит. науки». – 2009. – № 5-1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskij-turizm-kak-forma-proyavleniya-ekologizatsii-obraza-zhizni>
4. Дульцева И.И. Формирование инновационных конкурентных преимуществ в туризме на принципах социального предпринимательства / И.И. Дульцева // Государственное регулирование экономики в условиях глобализации : сборник научных статей II международной научно-практической конференции. – Тверь : ЦНИОТ, 2015. – С. 440–447.
5. Na-Starte [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://na-starte.com/>.
6. «Спільнокошт» – краудфандінг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://biggggidea.com/>.
7. Миколаївці збирають кошти для будівництва кемпінгу в Актівському каньйоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nikpravda.com.ua/mikolayivtsi-zbirayut-koshti-dlya-budivnitstva-kempingu-v-aktovskomu-kanjoni-video/>
8. Будуємо кемпінг в Актівському каньйоні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : biggggidea.com/project/aktovo/
9. Коваленко Л.П., Колотова Н.Б. Краудфандінг – інструмент Інтернет-маркетингу інноваційних туристичних проєктів / Л.П. Коваленко, Н.Б. Колотова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-11-2016>.