

годні ефективна інноваційна діяльність та управління нею є основою успіху будь-якої країни, галузі та підприємства. Інновації дають поштовх для економічного, технологічного, політичного, екологічного та соціального розвитку суспільства. Розроблення нових методів та підходів до вивчення інноваційної діяльності, впровадження нових принципів інноваційного розвитку, а також визначення внутрішніх бар'єрів в організації, які стримують упровадження інновацій, є необхідними передумовами розвитку ефективної та прибуткової діяльності підприємств та економіки держави в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інноваційна діяльність та її вплив на економічний розвиток в Україні : [монографія] / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша, Г.В. Карлюк, Л.В. Лях. – К. : УкрІНТЕІ, 2015. – 115 с.
2. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гецця, А.І. Даниленка, Е.М. Лібанової [та ін.]. – К. : Експрес, 2015. – 336 с.
3. Тюха І.В. Проблеми інноваційної діяльності в Україні та на вітчизняних підприємствах / І.В. Тюха, В.А. Кузнєцова // Ефективна економіка. – 2015. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4545>.
4. Фролова В.Ю. Сучасна концепція використання інноваційних методів управління проектами / В.Ю. Фролова, О.В. Поздняков // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2013. – Т. 18. – Вип. 4/3. – С. 161–164.
5. Левий В.В. Проблеми та перспективи участі України в міжнародному трансфері інноваційних технологій / В.В. Левий, Н.О. Дугієнко // Молодий вчений. – 2015. – № 1(16). – С. 115–18.
6. Готра В.В. Аналіз зарубіжного досвіду забезпечення інноваційного розвитку економіки / В.В. Готра // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – № 2(2). – С. 235–243.
7. Кабаченко Д.В. Методологические основы разработки и обоснования инновационных проектов развития предприятия / Д.В. Кабаченко, М.С. Кныш // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2015. – Т. 20. – Вип. 6. – С. 98–102.
8. Куліченко В.О. Управління інноваційними проектами та програмами: зарубіжний досвід та вітчизняна практика / В.О. Куліченко // Ефективна економіка. – 2016. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4751>.
9. Карлюк Г.В. Розвиток державно-приватного партнерства як фактор побудови та ефективного функціонування інноваційної економіки в країнах світу : наук.-аналіт. доп. / Г.В. Карлюк ; Держ. агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України ; Український ін-т наук.-техн. і екон. інформації. – К. : УкрІНТЕІ, 2014. – 54 с.
10. Турчина С.Г. Особливості інноваційної діяльності за умов міжнародної економічної інтеграції / С.Г. Турчина // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2014. – Вип. 5. – С. 122–126.
11. Бутурлакіна Т.О. Проблеми функціонування венчурного капіталу як джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні та шляхи вдосконалення (на прикладі досвіду США) / Т.О. Бутурлакіна, В.В. Завацька // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 4. – С. 791–794.

УДК 005.35:338.1

Продіус О.І.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Одеського національного політехнічного університету*

СОЦІАЛЬНІ ПРОЕКТИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Статтю присвячено дослідженню розвитку соціальних проектів вітчизняних підприємств в умовах нестабільної економіки. Виявлено і проаналізовано основні проблеми, що перешкоджають досягненню оптимального рівня соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Запропоновано напрями подолання цих бар'єрів, що дасть змогу підприємствам ефективно впроваджувати соціальні проекти, які відповідатимуть сучасним тенденціям наукового розвитку.

Ключові слова: соціальний проект, управління проектами, підприємство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво, соціальний розвиток, соціальна політика.

Продіус О.И. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена исследованию развития социальных проектов отечественных предприятий в условиях нестабильной экономики. Выявлены и проанализированы основные проблемы, препятствующие достижению оптимального уровня социальной ответственности бизнеса в Украине. Предложены направления преодоления этих барьеров, что позволит предприятиям эффективно внедрять социальные проекты, которые будут отвечать современным тенденциям научного развития.

Ключевые слова: социальный проект, управление проектами, предприятие, корпоративная социальная ответственность, социальное предпринимательство, социальное развитие, социальная политика.

Prodius O.I. SOCIAL PROJECTS OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF UNSTABLE ECONOMY

The article is devoted to the development of social projects of domestic enterprises in conditions of unstable economy. Identified and analysed major problems hindering the achievement of an optimal level of social responsibility of business in Ukraine. Suggested ways of overcoming these barriers that will allow companies to effectively implement social projects that will respond to modern trends of scientific development.

Keywords: social project, project management, enterprise, corporate social responsibility, social entrepreneurship, social development, social policy.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світової економіки призводить до загострення соціально-економічних протиріч. Для України проблема соціально-економічного розвитку з кожним роком стає все більш актуальною, що викликано зростаючим рівнем

безробіття, зменшенням життєвого рівня населення, наявністю заборгованості по заробітній платі, неефективності вітчизняної системи охорони здоров'я тощо. В умовах зменшення державної допомоги у вирішенні соціально-економічних проблем основний тягар

щодо підтримки населення лягає на суб'єктів господарювання, для яких соціально-господарсько відповідальна діяльність стає концепцією бізнесу.

Економічна та політична криза в Україні набуває дедалі ширших вимірів, розповсюджуючись на грошово-кредитну, фіскальну, соціальну сфери, невпинно погіршуючи соціальне самопочуття й очікування суб'єктів ринку та пересічних громадян. На фоні втрати стійкості економічного розвитку України поглиблюється асиметрія економічного і соціального розвитку, знижуються соціокультурні, моральні настанови соціальної діяльності багатьох суб'єктів підприємництва. Дані тенденції вимагають запровадження новітніх практик взаємодії держави, бізнесу і суспільства, які б дали змогу посилити взаємну соціальну відповідальність усіх учасників для подальшого стабільного розвитку держави.

Так, у сучасних умовах господарювання зростає роль соціальних проектів підприємств, здатних визначити оптимальне співвідношення стратегічних і тактичних завдань, поступальність їх руху для добробуту суспільства. На жаль, реалізація соціальних проектів в останні десятиліття приділялася вкрай недостатня увага з боку керівників більшості вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні основи соціальних проектів та становлення соціальної відповідальності бізнесу досліджують як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Значну роль у питаннях розробки механізму впровадження та управління корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу зіграли роботи Котлера Ф., Мескона М., Друкера П., Краплича Р., Бегми Ю., Галушки З., Грициної Л., Грішнєвої О., Зінченко А., Колота А., Саприкіної М., Коцький О., Маліновської О.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість робіт вітчизняних і зарубіжних учених, в яких аналізуються різні аспекти соціальних проектів, недостатньо розробленими залишаються напрями комплексних заходів з активізації корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних підприємств, що визначає потребу в додаткових наукових дослідженнях.

Мета статті полягає у вивченні сутності, тенденцій та проблем корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних підприємств та розробці напрямів активізації впровадження соціальних проектів в умовах нестабільної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день соціально відповідальна діяльність є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість компаній по всьому світу, інтегруючи це правило в корпоративне управління.

Сучасні ринкові системи заохочують бізнес, який не тільки етично досягає основної мети – отримання прибутку, але й укладає кошти в реалізацію соціальних проектів, орієнтується на створення суспільних цінностей. Активне поширення нової ідеології ведення бізнесу багато в чому обумовлено усвідомленням у підприємницькому середовищі простої істини: рівень економічного розвитку є значною мірою похідною від ступеня вирішення соціальних проблем у даному суспільстві і стану соціальної сфери в цілому. Таким чином, соціально відповідальна поведінка підприємств стає новою парадигмою ведення бізнесу в сучасних умовах.

На жаль, в Україні більшість підприємств знаходяться в стороні від ідей соціально відповідального підприємства, що може бути пояснено: важким фінансовим становищем багатьох підприємств;

роз'єднаністю і пасивністю громадянського суспільства, що не сприяє вирішенню бізнесом соціальних питань; дуже слабо розвиненим механізмом контролю і стимулювання бізнесу до соціально відповідальної поведінки; відсутністю державної програми впровадження принципів соціальної відповідальності в підприємницьке співтовариство; слабкою державною підтримкою компаній, що демонструють високі досягнення в галузі соціально відповідальної поведінки; недооцінкою керівництвом компаній вигод від реалізації соціально відповідальної поведінки на практиці; крім того, керівництво багатьох підприємств вважає, що соціальна відповідальність бізнесу перед суспільством вичерпується дотриманням соціальних зобов'язань, передбачених законодавством, що свідчить про відсутність інформації щодо головних положень соціальної відповідальності.

Для подальшого дослідження необхідно визначити поняття «соціальний проект», «соціальне підприємство» та «корпоративна соціальна відповідальність».

Соціальний проект – це обмежена за часом цілеспрямована зміна окремої системи з установленими вимогами до якості результатів, можливими обмеженнями витрат коштів і ресурсів, а також зі специфічною організацією діяльності. Виконання соціального проекту вимагає певної сукупності робіт, які поділяються на основні та забезпечуючі. До основних робіт належать: передпроектний аналіз; визначення головної мети; планування соціального проекту; розробка соціального проекту, результатом якої є документи, рішення, кошторис тощо; прийняття та затвердження соціального проекту; його виконання та внесення по ходу необхідних коректив; підбиття підсумків виконання проекту. Виконання соціального проекту, як правило, забезпечується існуючою структурою. За необхідності можуть створюватися спеціальні управлінські структури, підрозділи, посади. Підведення підсумків виконання соціального проекту ґрунтується на обліку звітної та контрольної інформації і відображається у відповідному документі, який закриває даний проект. Роботи, що забезпечують соціальний проект, групуються за такими видами: інформаційні, аналітичні, експертні, організаційні, координаційні, правові, фінансові, кадрові, мотиваційні, матеріально-технічні, постачальницькі, комерційні, навчально-навчальні, прогностичні, пропагандистські [2; 5].

Соціальне підприємство – це підприємство, що створюється відразу для вирішення соціальних проблем за допомогою комерційних підходів, що прописуються у статутних документах, та є інструментом заробляння фінансових ресурсів, які необхідні для соціальних цілей.

Соціальні підприємства почали створюватися в Україні з 1991 р., однак вони були більше орієнтовані на працевлаштування людей з особливими потребами (наприклад, підприємства УТОГ і УТОС) і не називалися соціальними підприємствами. Дане словосполучення стало популяризуватися в Україні з 2004 р., коли грантова програма UCAN почала проводити навчання соціальному підприємництву і надавати гранти на розвиток таких ініціатив громадським організаціям. Далі в 2010 р. ініціативу підхопила Британська Рада в Україні, створивши Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємства України», до якого увійшли Міжнародний фонд «Відродження», Фонд «Східна Європа», «Ерсте Банк». Консорціум ініціював і підтримував створення ресурсних центрів розвитку соціального підприємництва у різних частинах України, а це призвело до створення інформаційних ресурсів, які, своєю

чергою, почали популяризувати соціальні підприємства, організовуючи різноманітні заходи, тренінги, друкувати посібники тощо [1].

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це добровільне відповідальне ставлення підприємства до своїх продуктів, споживачів, працівників, партнерів, активна соціальна позиція якого полягає в гармонійній взаємодії з представниками державних органів управління, комерційного сектора та суспільства з метою ефективного сприяння розв'язанню економічних, соціальних, гуманітарних та екологічних проблем регіону, де знаходиться підприємство. Проте основна мета такого підприємства – отримувати прибутки, а не вирішувати соціальні проблеми [6].

КСВ має два основних види: внутрішню і зовнішню КСВ. Внутрішня КСВ включає: управління і розвиток людських ресурсів через навчальні програми і програми підвищення кваліфікації кадрів; охорону здоров'я працівників та безпеку праці; додаткове медичне і соціальне страхування працівників; стабільність заробітної плати; надання допомоги працівникам у критичних ситуаціях.

Під зовнішньою КСВ слід розуміти: співпрацю з місцевим співтовариством і місцевою владою; стосунки з бізнес-партнерами, постачальниками та споживачами; відповідальність перед клієнтами за якість послуг, що надаються; дотримання прав людини; спонсорство та благодійність; сприяння охороні навколишнього природного середовища [1; 3].

Соціальна відповідальність бізнесу носить багатовимірний характер. Базовий рівень передбачає виконання таких зобов'язань: своєчасну сплату податків, виплату заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць (розширення робочого штату). Другий рівень передбачає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Такий тип відповідальності був умовно названий «корпоративною відповідальністю». Третій, вищий, рівень відповідальності, передбачає благодійну діяльність», адресну допомогу, реалізацію програм підтримки і розвитку [3].

Таким чином, соціальний проект може бути складовою частиною корпоративної соціальної відповідальності підприємства або одним із напрямів соціального підприємства.

Соціальні проекти зовнішньої спрямованості, які реалізуються різними підприємствами, орієнтовані на соціальне відповідальне ведення бізнесу, дуже різноманітні. Багато з них представляють собою цільові інвестиції, які відповідають потребам місцевих громад і країни в цілому. Загальна властивість цих програм – прагнення принести реальну користь у вирішенні суспільно значущих проблем. Такі соціальні програми вигідні і бізнесу, вони пов'язані зі стратегією його розвитку й є усвідомленими вкладками в управління репутацією компанії. Вони приносять реальний соціальний ефект і водночас надають позитивний вплив на основну діяльність бізнесу.

Слід зазначити, що Інститут соціальної відповідальності в Україні перебуває у стадії становлення. Найбільш активними у цій сфері є представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти [4].

Так, компанія «Майкрософт Україна» активно здійснює корпоративну соціальну відповідальність по всіх напрямках, що стимулює розвиток галузі ІТ, національної економіки та суспільства в цілому. Компанія усвідомлює відповідальність, тому постійно працює

над удосконаленням своєї діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності та створенням нових можливостей для жителів України шляхом інвестування в освіту, допомоги місцевим громадам, розширення доступу населення до сучасних технологій та підтримки інноваційних галузей економіки. Доступність сучасних технологій у суспільстві підвищує продуктивність праці і конкурентноспроможність, трансформуює систему освіти, що допомагає виконувати свою місію, а саме забезпечувати людей в Україні можливостями для повної реалізації їх потенціалу.

Слід зазначити, що кращі корпоративні соціальні проекти базуються на партнерських відносинах з органами місцевого самоврядування на таких принципах, як: комплексний і неупереджений аналіз ситуації; спрямованість на довгострокову стратегію розвитку територій; надання фінансування на конкурсній основі; моніторинг та оцінка ефективності профінансованих проектів; формалізація відносин з органами влади та місцевого самоврядування у вигляді договорів соціального партнерства та інших документів; супровід корпоративних соціальних програм заходами щодо підвищення кваліфікації державних і муніципальних службовців; спільні дії з громадськістю, що представляє місцеві громади; залучення співробітників компанії до реалізації соціальних програм; залучення незалежних експертів та консультантів; співпраця з українськими та міжнародними благодійними фондами та некомерційними організаціями; організація обміну досвідом між учасниками програм, інформаційна підтримка [7–9].

Висновки. Реалізація соціальних проектів, безумовно, позитивно позначається на іміджі та репутації підприємства, у тому числі як роботодавця. Ставлення співробітників і потенційних кандидатів до соціальної діяльності підприємства є своєрідним індикатором відповідності цінностей і цілей компанії і конкретної людини. Якщо вони збігаються – союз буде успішним, а спільна діяльність – максимально ефективною. Якщо ні, рано чи пізно цей союз розпадеться. Таким чином, здійснюючи і висвітлюючи свою соціальну діяльність, підприємство формує лояльність до свого HR-бренду і привертає увагу саме тієї цільової аудиторії з числа потенційних кандидатів, яка їй цікава. Реалізуючи соціальні проекти, підприємство отримує додаткові бонуси, наприклад: розширення партнерських зв'язків, тому що в процесі реалізації соціальних проектів, легше встановити нові зв'язки з партнерами, залучаючи їх у спільну діяльність, що допомагає встановити й укріпити нові ділові зв'язки; оптимізація рекламного бюджету за рахунок використання інформаційного приводу для засобів масової інформації; підвищення лояльності до бренду з боку споживачів та формування позитивного іміджу підприємства, зміцнення репутації, більша лояльність покупців. Ефективні соціальні проекти здатні підвищити рівень життя громадян, рівень екологічної безпеки, сприяти співпраці бізнесу з місцевою спільнотою.

Таким чином, рушійна сила переходу бізнесу до реалізації своїх соціальних зобов'язань полягає в об'єднанні зусиль трьох економічних суб'єктів: держави, громадянського суспільства і бізнесу. При цьому провідна роль у процесі становлення інституту соціальної відповідальності бізнесу повинна належати державі. Державою мають бути створені умови для соціально відповідальної поведінки. Важливим є той факт, що своєю присутністю у ринкових процесах держава покликана поєднати інтереси конкуренції, приватної ініціативи та отримання високих доходів

від вирішення соціальних питань. Соціальні проекти необхідні державі, оскільки дають можливість економити бюджетні кошти на соціальну сферу, підтвердженням чого є стрімкий розвиток цього напрямку в Європі, де держава усіяко підтримує різні ініціативи соціальних підприємців. Соціальне підприємництво є досить цікавим ресурсом для інноваційних, ініціативних і далекоглядних підприємців, що можуть створити реальну конкуренцію традиційному бізнесу. Соціальні проекти потрібні некомерційним та недержавним організаціям, оскільки можуть стати серйозним джерелом доходу на фоні зменшення грантових програм. у рамках соціальних проектів налагоджуються партнерські стосунки між державним, приватним та громадським секторами, а також створюється мережа підтримки соціальних підприємців, співробітництва, обміну досвідом та навчання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Орлова Н.С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні : [монографія] / Н.С. Орлова, А.О. Харламова. – Донецьк : Издательство, 2014. – 250 с.
2. Грішнова О.А. Розробка інвестиційних проектів у форматі соціальної відповідальності / О.А. Грішнова, К.М. Надточій // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2012. – № 2(4). – С. 15–23.
3. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : [посібник] / М.А. Саприкіна [та ін.] ; за наук. ред. д.е.н., проф., засл. діяч. науки і техніки О.С. Редькіна. – К. : Фарбований лист, 2011. – 480 с.
4. Летуновська Н.Є. Зарубіжний та вітчизняний досвід участі підприємств у розвитку соціальної інфраструктури регіону / Н.Є. Летуновська // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 3(19). – С. 43–49.
5. Будяєв М.О. Трансформація концепції «інвестиційна привабливість» під впливом етичного інвестування та соціальної відповідальності / М.О. Будяєв // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2015. – Т. 20. – Вип. 4. – С. 85–88.
6. Єрмаков О.Ю. Фінансово-інвестиційне забезпечення виробничих інновацій та соціальної відповідальності аграрних підприємств / О.Ю. Єрмаков, М.М. Ігнатенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 18. – С. 7–10.
7. Кабаченко Д.В. Методологические основы разработки и обоснования инновационных проектов развития предприятия / Д.В. Кабаченко, М.С. Кныш // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2015. – Т. 20. – Вип. 6. – С. 98–102.
8. Галушка З.І. Соціальні інвестиції підприємств як інструмент соціальної відповідальності бізнесу / З.І. Галушка // Вісник торговельно-економічного інституту. – 2012. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v1/1-2012-30.pdf.
9. Куліченко В.О. Управління інноваційними проектами та програмами: зарубіжний досвід та вітчизняна практика / В.О. Куліченко // Ефективна економіка. – 2016. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4751.

УДК 332.14:303.4.

Таньков К.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету*

Корнілова Н.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету*

ПРОГНОЗУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ НЕЧІТКИХ КОГНІТИВНИХ КАРТ

Статтю присвячено дослідженню питання встановлення методичного інструментарію прогнозування соціально-економічного розвитку туристичного підприємства. Вивчено проблему техніки опису соціально-економічних процесів з установленням закономірностей їх формування і розвитку. Як методичний інструментарій запропоновано використання нечітких когнітивних карт. Встановлено ключові фактори, які впливають на сценарій соціально-економічного розвитку підприємства. Представлений підхід розглядається у роботі як один з інструментів оптимізації побудови сценарію соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: прогнозування, соціально-економічний розвиток, туристичне підприємство, когнітивна карта, алгоритм побудови когнітивної карти, ключові фактори впливу.

Таньков К.Н., Корнілова Н.В. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЧЕТКИХ КОГНИТИВНЫХ КАРТ

Статья посвящена исследованию вопроса определения методического инструментария прогнозирования социально-экономического развития туристического предприятия. Изучена проблема техники описания социально-экономических процессов с определением закономерностей их формирования и развития. В качестве методического инструментария предложено использование нечетких когнитивных карт. Определены ключевые факторы, влияющие на сценарий социально-экономического развития предприятия. Представленный подход рассматривается в работе как один из инструментов оптимизации построения сценария социально-экономического развития.

Ключевые слова: прогнозирование, социально-экономическое развитие, туристическое предприятие, когнитивная карта, алгоритм построения когнитивной карты, ключевые факторы влияния.

Tankov K.N., Kornilova N.V. FORECASTING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES USING UNCLEAR COGNITIVE MAPS

The article investigates the question of the definition of methodological forecasting tools of social and economic development of the travel business. The paper studied the problem of describing the socio-economic processes in certain patterns of their formation and development. Unclear cognitive maps were pro-posed as a methodological tool. Maps help to identify the key factors influencing