

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

SOCIOLOGICAL SCIENCES

<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2024-16-2-149-155>
УДК 338.48:[338.22+364](59)
© 2024



Т.И. Барсукова^{*}, А.А. Хугаев¹

Социальное предпринимательство в сфере туризма и проблема его институционализации: анализ опыта стран Азиатского Юга

*¹ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
г. Ставрополь, Российская Федерация*

Аннотация

В статье обоснована актуальность темы институционализации социального предпринимательства в сфере туризма, детерминированная наличием ряда противоречий, сопровождающих этот процесс в российском обществе. Целью статьи является изучение опыта зарубежных стран, в которых развивается социальное предпринимательство в сфере туристической индустрии и появляются признаки его институциональных преобразований, что позволяет экстраполировать этот опыт на решение ряда задач в российской туристической сфере. Представлены результаты анализа научных публикаций, отражающих тему развития социального предпринимательства и его институционализации в развивающихся странах Азиатского Юга – Индии и Пакистана. Методом исследования является анализ документов – научных публикаций, в которых нашли отражение проблемы институционализации социального предпринимательства в сфере туризма. На основе анализа туризма этих стран учеными были выделены такие аспекты проблемы, связанные с институционализацией социального предпринимательства, как повышение уровня заинтересованности местных сообществ в развитии туризма, учет специфики туристической отрасли, тенденции устойчивости ее развития, ориентация на управление этой сферой и сотрудничество бизнеса и государства. По результатам исследования сделаны выводы о начальной стадии институционализации социального предпринимательства в этих странах, однако некоторые институциональные практики, такие как партнерство государства, общества и социально ориентированного предпринимательства в туристической индустрии, привлечение населения для работы в сфере туризма, развитие народных промыслов и вовлечение в эту сферу туристов, могут быть использованы в российском туристическом бизнесе.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, социальное предпринимательство, институционализация социального предпринимательства в сфере туризма, анализ опыта зарубежных

стран; слабозащищенные и малообеспеченные слои населения, услуги социального предпринимательства в сфере туризма, институциональные практики социального предпринимательства в туризме

Для цитирования: Барсукова Т.И., Хугаев А.А. Социальное предпринимательство в сфере туризма и проблема его институционализации: анализ опыта стран Азиатского Юга // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2024. Том 16, № 2. С. 149-155. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2024-16-2-149-155>.

T.I. Barsukova[†], A.A. Khugaev

Social entrepreneurship in the field of tourism and the problem of its institutionalization: analysis of the experience of the Asian South countries

[†]The North Caucasus Federal University, Stavropol, the Russian Federation

Abstract

The article substantiates the relevance of the topic of institutionalization of social entrepreneurship in the field of tourism, determined by the presence of a number of contradictions accompanying this process in Russian society. The goal of the research is to study the experience of foreign countries in which social entrepreneurship is developing in the tourism industry and signs of its institutional transformations are emerging, which allows us to extrapolate this experience to solve a number of problems in the Russian tourism sector. The results of the analysis of scientific publications reflecting the topic of the development of social entrepreneurship and its institutionalization in the developing countries of the Asian South – India and Pakistan – are presented. The research method is the analysis of documents – scientific publications, which reflect the problems of institutionalization of social entrepreneurship in the field of tourism. Based on the analysis of tourism in these countries, scientists have identified such aspects of the problem associated with the institutionalization of social entrepreneurship as increasing the level of interest of local communities in the development of tourism, taking into account the specifics of the tourism industry, trends in the sustainability of its development, orientation towards the management of this area and cooperation between business and the state. Based on the results of the study, conclusions have been drawn about the initial stage of institutionalization of social entrepreneurship in these countries, but some institutional practices, such as partnership between the state, society and socially oriented entrepreneurship in the tourism industry, attracting the population to work in the tourism sector, developing folk crafts and involving tourists in this area, can be used in the Russian tourism industry.

Keywords: tourism; tourism industry, social entrepreneurship, institutionalization of social entrepreneurship in tourism, analysis of the experience of foreign countries, vulnerable and low-income groups of the population, social entrepreneurship services in the field of tourism, institutional practices of social entrepreneurship in tourism

For citation: Barsukova T.I., Khugaev A.A. Social entrepreneurship in the field of tourism and the problem of its institutionalization: analysis of the experience of the Asian South countries// Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta. 2024. Volume 16, No. 2. P. 149-155. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2024-16-2-149-155>.

Введение. Актуальность исследования темы институционализации социального предпринимательства в сфере туризма в российском обществе обусловлена наличием ряда реально существующих противоречий. Во-первых, между потребностью общества в обеспечении услугами туризма слабозащищенных и малообеспеченных слоев населения и недостаточным уровнем их поддержки государством; во-вторых, между высокой степенью востребованности российским населением услуг социального предпринимательства в сфере туризма и недостаточным числом туристических предприятий, оказывающих такие услуги; в-третьих, между необходимостью введения новых институциональных практик социального предпринимательства в сфере туризма и недостаточной эффективностью деятельности институциональных агентов этих практик.

Непосредственно социологическая проблема как проблема научного познания отражает слабую степень разработки теоретических положений, касающихся развития социального предпринимательства в сфере российского туризма и процесса его институционализации.

В этой связи особую актуальность приобретает изучение опыта тех стран, в которых, подобно российскому обществу, институционализация социального предпринимательства находится на начальном этапе своего развития.

Основная часть. Одной из задач формирования позитивных тенденций социального предпринимательства в сфере туризма и успешности его инноваций как элементов институционализации является изучение опыта тех стран, в которых он дает положительные результаты или только развивается. С целью решения данной задачи необходимо обратиться к зарубежным научным источникам, отражающим различные аспекты развития социального предпринимательства в сфере туризма и процесс его институционализации. Обращение к опыту в данной

сфере развивающихся стран Азиатского Юга – Индии и Пакистана [1], [2], [3], [4], [10] и др. – обусловлено аналогичностью ситуации с социальным предпринимательством в сфере российского туризма и его институционализацией.

Тема социального предпринимательства в сфере туризма и его институционализации в странах Азиатского Юга нашла отражение в различных аспектах в ряде научных работ. Группой ученых из Китая, Пакистана и Австралии на основе использования подхода PLS-SEM были получены данные опроса туристов, посещающих культурные объекты в регионе Гилгит-Балтистан в Пакистане. Целью исследования было выяснение роли культурного туризма и социального предпринимательства в создании социальных ценностей и экологической устойчивости. Результаты показали, что чем выше культурный туризм и социальное предпринимательство, тем большую социальную ценность создает туристическое направление. В конечном итоге создание социальных ценностей существенно и положительно влияет на экологическую устойчивость [5].

Развитию социального предпринимательства в туристической сфере Индии и его институционализации посвящен ряд научных работ зарубежных авторов. А. Винодан и С. Мира осуществили анализ потенциала социального предпринимательства в сфере туризма в городе Ченнаи (бывший Мадрас). Учитывая преобразующую роль туризма с его ориентацией на нуждающиеся сообщества, исследователи полагают, что он может открыть возможности как для некоммерческого, так и для коммерческого социального предпринимательства. На данном этапе бедные люди, проживающие в городе и составляющие почти 40% населения, ищут возможности получения средств к существованию. Коммерческая модель социального предпринимательства часто рассматривается как устойчивая и уместная в контексте туризма. С учетом актуальности таких ин-

новационных практических подходов, данное исследование направлено на изучение потенциала коммерческого социального предпринимательства в городе Ченнаи. Социальные движущие силы и проблемы социального предпринимательства в Ченнаи были изучены посредством экспертного интервью, а масштабы проблем – посредством факторного анализа. Результаты исследования показывают, что социальные движущие силы предпринимательства в туризме можно в общих чертах разделить на параллельные и скрытые, которые охватывают потенциал типологий социального бриклера, социального конструкциониста и социального инженера. Существует пять аспектов проблем, связанных с институционализацией социального предпринимательства на основе туризма в городе Ченнаи, а именно: заинтересованность сообщества, специфичность отрасли, ориентированность на устойчивость, ориентированность на управление и сотрудничество. Исследование завершилось определением будущих направлений институционализации социального предпринимательства, способствующих созданию общественных ценностей и содействия трансформации на уровне сообщества в соответствии с целями устойчивого развития (ЦУР) в туристических направлениях города Ченнаи. Ограничения/последствия исследования. В исследовании рассматривались работающий по найму персонал и различные продавцы в туристических дестинациях города с предположением, что эти наемные работники заинтересованы в возможности предпринимательства. Практические последствия социального предпринимательства приобретают значимость в контексте инклюзивного туризма и достижения ЦУР посредством туризма как экономической деятельности. Результаты исследования могут стать катализатором для стимулирования альтернативных бизнес-моделей местного развития; стимулирования существующих предприятий следовать более ответственной деловой

практике в городских направлениях, тем самым способствуя посредством туризма более прагматичным социально-экономическим результатам для малообеспеченных слоев населения [6].

Х. Редди Куммитха, Н. Коллодью, А. Янчик и Ч. Салок осуществили исследование, как местные сообщества Индии воспринимают роль туристического социального предпринимательства (ТСП) в развитии направлений экотуризма. В опросе приняли участие в общей сложности 362 общественных служащих двух организаций экотуризма в Индии. Полученные учеными данные подчеркивают, что местные сообщества удовлетворены экономическими выгодами, предоставляемыми с помощью ТСП – экономическая выгода является одним из определяющих факторов для местного сообщества. Экотуризм помогает местным сообществам в создании возможностей трудоустройства, например, в сфере туров по озеру Чилка (экотуристический центр Мангаладжоди в Одише). Кроме того, женщины работают местными поварами для туристов; в местных общинах поощряются производство ремесленных изделий и открытие магазинов по их продаже туристам. Вместе с тем, слабое развитие туристической инфраструктуры (в частности, плохое водоснабжение, некачественные дороги) говорит об отсутствии институциональных ресурсов для активного развития ТСП [7].

В туризме Пакистана успешному развитию социального предпринимательства и его институционализации также препятствуют неразвитая инфраструктура, проблемы безопасности и темпы инфляции, которые, согласно исследованию Дж. Хан, А. Али, М. Зада, И. Саид, С. Зада [8], влияют на индустрию туризма. Вопросы безопасности, инфраструктуры и культурные барьеры игнорируются на уровне государственной политики. И хотя туристический сектор Пакистана находится на подъеме, общий экономический рост страны и социальный прогресс не являют-

ся столь плодотворными, как могли быть. Авторы пишут, что имеется замечательная природа, и этот потенциал – огромная награда от Бога; но его оптимальное использование – еще одна область человеческих усилий, трудная и комплексная. Ко многим местам, популярным у туристов, закрыты железные дороги. Между мостами Чилас и Райкот переходить опасно. Правительство Гилгит-Балтистана не предприняло каких-либо существенных усилий, чтобы обойти это узкое место. Все дороги, ведущие от ККХ к бесчисленным привлекательным долинам, узкие, склонные к скольжению, опасные в сырую погоду, и по ним могут ездить только полноприводные автомобили [8]. Таким образом, основным барьером выступает недостаточность ресурсной базы.

Г. Хангарот (Центральный университет Раджастана) также осуществила обзор социального предпринимательства в сфере туризма Индии. Цель ее работы – освещение проблемы применимости социального предпринимательства в сфере туризма. Социальное предпринимательство играет жизненно важную роль в диверсификации источников дохода, экономическом росте и эмансипации обездоленных. Для достижения целей устойчивого развития и создания более эффективных экономических возможностей в странах с развивающейся экономикой сектор туризма предлагает различные варианты в сфере услуг и в сотрудничестве с социальным предпринимательством, что способствует общему развитию социума и обеспечивает наибольшую занятость населения. В такой стране, как Индия, где уровень безработицы довольно высок, для определенной части безработных образованных молодых людей туристическое предпринимательство может оказаться жизненно важным источником дохода. Социальное предпринимательство в туризме – это совершенно новый подход в Индии, где предприниматели способствуют реализации решения социальных,

культурных или экологических проблем. Предприниматели социального туризма позволяют женщинам, сельским жителям, безработной молодежи стать финансово независимыми, организовав их в группы и предоставив им платформу для обучения и дальнейшей самореализации. В настоящее время конкурентная экономика ориентирована на мировой рынок, находящийся в условиях развития и быстрых изменений. На стадии перехода от индустриального общества к информационному политики все чаще указывают на необходимость слияния современного мира с традициями. Интеграция туризма с социальным предпринимательством поможет создать больше возможностей трудоустройства и будет содействовать общему улучшению социального уровня населения. Традиционные мероприятия и фестивали могут заинтересовать туристов, что играет важную роль в маркетинге дестинации. Местные ярмарки и фестивали обладают достаточным потенциалом для привлечения большего числа туристов в пункты дестинации, что открывает социальным предпринимателям новые перспективы для улучшения положения местного сообщества предоставлением широкого выбора возможностей трудоустройства [9].

Заключение. Анализ работ зарубежных ученых, отражающих перспективы социального предпринимательства в сфере туризма и его институционализацию, показал следующее. Во-первых, в странах Азиатского Юга этот процесс находится на самой ранней стадии развития, однако стремление к консолидации усилий властей, общества и предпринимателей туристической индустрии приносит видимые результаты. Во-вторых, опыт вовлечения в обслуживание сферы туризма безработных образованных людей, женщин и малоимущих граждан имеет существенное значение и может быть использован в России, тем более что это обуславливает необходимость обучения и дает возможность для самореализации. В-третьих, не лишена социальной ценности

и возможности реализации в нашей стране институциональная практика расширения традиционных национальных видов народного творчества для консолидации усилий организаторов народных ярмарок и фестивалей и социальных предпринимателей, работающих в сфере туризма. Это способствует общему улучшению материального уровня жизни населения.

Представители российской социально ориентированной туриндустрии не рассчитывают на сверхприбыли, но надеются на партнерскую помощь государства, ведь, как показывает практика других стран, полноценную отрасль социального туризма можно создать лишь общими усилиями общества, бизнеса и государственных структур.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Javed A., Yasir M., Majid A. Is social entrepreneurship a panacea for sustainable enterprise development? // Pakistan Journal of Commerce and Social, Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS), Johar Education Society, Pakistan (JESPK), Lahore. 2019. Vol. 13, Iss. 1. P. 1-29.
2. Sengupta S., Sahay A. Social entrepreneurship research in Asia-Pacific: Perspectives and opportunities // Social Enterprise Journal. 2017. Vol. 13, Iss. 1. P. 17-37.
3. Solvoll S., Alsos G., Bulanova O. Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism: Special Issue Supplement: Innovation and Value Creation in Experience-based tourism. 2015. Vol. 15, № 1. P. 120-137.
4. Reindravati D.Yu. Social entrepreneurship in tourism: a way to involve local residents in tourism development // The importance of developing vocational education for Satisfying modern workforce needs International Conference on Vocational Higher Education. 2017. Vol. 2018. P. 173-185.
5. Xiaofeng Li, Jaffar Abbas, Wang Dongling, Noor Ul Ain Baig, Ruilian Zhang. From Cultural Tourism to Social Entrepreneurship: Role of Social Value Creation for Environmental Sustainability // <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
6. Vinodan A., Meera S. Potential for social entrepreneurship in tourism in the city of Chennai // International Journal of Tourism Cities. 2021. Vol. 7, № 4. P. 986-1007.
7. Harshavardhan Reddy Kummitha*, Naveen Kolloju 2, András Jancsik 1 and Zsófia Csilla Szalók. Can Tourism Social Entrepreneurship Organizations Contribute to the Development of Ecotourism and Local Communities: Understanding the Perception of Local Communities by // Sustainability. 2021. Vol. 13, № 19. P. 1-16.
8. Pakistan's Tourism Industry: Full of potential, but still lagging behind / Khan J. [et al.] // Preprint. 2022.
9. Khangarot G. Of Social Entrepreneurship In Tourism // Think India Journal. 2020. Vol. 22, Iss. 15. P. 110-116.
10. Ali Sultan M.F., Khan R., Rehman N.A., Shaikh E. Female Entrepreneurship in Tourism: Hurdles, Challenges, and Issues With Respect to Pakistan. In book: Women's Empowerment Within the Tourism Industry. 2023. June. P. 378-386.

REFERENCES:

1. Javed A., Yasir M., Majid A. Is social entrepreneurship a panacea for sustainable enterprise development? // Pakistan Journal of Commerce and Social, Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS), Johar Education Society, Pakistan (JESPK), Lahore. 2019. Vol. 13, Iss. 1. P. 1-29.
2. Sengupta S., Sahay A. Social entrepreneurship research in Asia-Pacific: Perspectives and opportunities // Social Enterprise Journal. 2017. Vol. 13, Iss. 1. P. 17-37.
3. Solvoll S., Alsos G., Bulanova O. Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism: Special Issue Supplement: Innovation and Value Creation in Experience-based tourism. 2015. Vol. 15, № 1. P. 120-137.

4. Reindravati D.Yu. Social entrepreneurship in tourism: a way to involve local residents in tourism development // The importance of developing vocational education for Satisfying modern workforce needs International Conference on Vocational Higher Education. 2017. Vol. 2018. P. 173-185.
5. Xiaofeng Li, Jaffar Abbas, Wang Dongling, Noor Ul Ain Baig, Ruilian Zhang. From Cultural Tourism to Social Entrepreneurship: Role of Social Value Creation for Environmental Sustainability // <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
6. Vinodan A., Meera S. Potential for social entrepreneurship in tourism in the city of Chennai // International Journal of Tourism Cities. 2021. Vol. 7, №. 4. P. 986-1007.
7. Harshavardhan Reddy Kummitha*, Naveen Kolloju 2, András Jancsik 1 and Zsófia Csilla Szalók. Can Tourism Social Entrepreneurship Organizations Contribute to the Development of Ecotourism and Local Communities: Understanding the Perception of Local Communities by // Sustainability. 2021. Vol. 13, № 19. P. 1-16.
8. Pakistan's Tourism Industry: Full of potential, but still lagging behind / Khan J. [et al.] // Preprint. 2022.
9. Khangarot G. Of Social Entrepreneurship In Tourism // Think India Journal. 2020. Vol. 22, Iss. 15. P. 110-116.
10. Ali Sultan M.F., Khan R., Rehman N.A., Shaikh E. Female Entrepreneurship in Tourism: Hurdles, Challenges, and Issues With Respect to Pakistan. In book: Women's Empowerment Within the Tourism Industry. 2023. June. P. 378-386.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов / The authors declare no conflict of interests

Информация об авторах

Татьяна Ивановна Барсукова, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь, Российская Федерация
e-mail: ti94@yandex.ru
тел.: +7(905)4961074

Ацамаз Асланбекович Хугаев, аспирант кафедры социологии
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь, Российская Федерация
e-mail: hugaeff.ats@yandex.ru
тел.: +7(995)0409672

Information about the authors

Tatyana I. Barsukova, Dr Sci. (Sociology), Professor, Professor, the Department of Sociology, the North Caucasus Federal University, Stavropol, the Russian Federation
e-mail: ti94@yandex.ru
tel.: +7 (905)4961074

Atsamaz A. Khugaev, Postgraduate student, Department of Sociology, the North Caucasus Federal University, Stavropol, the Russian Federation
e-mail: hugaeff.ats@yandex.ru
tel.: +7 (995)0409672

Поступила в редакцию 21.05.2024
Поступила после доработки 23.06.2024
Принята к публикации 23.06.2024
Received 21.05.2024
Revised 23.06.2024
Accepted 23.06.2024