

# ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

DOI: 10.26907/2079-5912.2022.6.92-95

**Аннотация.** В статье обосновывается правомерность отнесения социального предпринимательства в сфере туризма к социальным институтам. Анализируются функциональный и ресурсный аспекты, а также социальные практики институциональных агентов социального института предпринимательства в сфере туризма с позиции социологической науки. Приводятся позиции ученых (экономистов и социологов), направленные на исследование социального предпринимательства в сфере туризма, выявляется специфика социологического анализа данного вида предпринимательства, состоящая в его обусловленности социальным. Описывается процесс институционализации социального предпринимательства в сфере туризма, затрагивающий все структурные элементы изучаемого социального института. Доказывается, что социальный институт предпринимательства в сфере туризма переживает стадию становления как этапа своей институционализации. Выделены основные аспекты социологического анализа и межпредметного исследования структурных элементов института социального предпринимательства в сфере туризма.

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, социальный институт, туризм, институциональные практики, институциональные агенты.

Туризм становится в настоящее время социально значимым видом досуга граждан. Туризм удовлетворяет самые разнообразные интересы и потребности населения, что отражается в его многочисленных видах: спортивный, экстремальный, образовательный, бизнес-туризм, круизный, культурно-познавательный, религиозный, рекреационный, сельский, событийный, гастрономический, шоп-туризм и даже космический. Появление все новых видов туризма приводит к расширению социальных практик его организации, что порождает необходимость упорядочивания данной сферы жизни общества посредством эффективного функционирования института туризма, а также приводит к появлению нового вида социального предпринимательства, а именно – социального предпринимательства в сфере туризма. Данная тема нашла отражение в ряде трудов отечественных ученых, среди которых публикации юристов [Сиваков О.В., 2020], экономистов [Каюгина С.Н., 2019; Любарская М.А., 2019; Смицких К.В. 2021; Чуваткин П.П., 2021], педагогов [Булыгина И.И., Булыгина Н.И., 2017] и других.

При рассмотрении социального института предпринимательства в сфере туризма мы опираемся на теоретические позиции институциональной социологии зарубежных ученых: Т. Веблена [1], Д. Норта [2], Я. Щепаньского [3] и других. Некоторые теоретические положения почерпнуты из работ отечественных ученых – С.Г. Кирдиной, В.И. Добренкова, А.И. Кравченко, Г.В. Осипова, Е.И. Полтавской, И.А. Шмерлиной. Социология социальных институтов предлагает многочисленные определения, как социального института, так и процесса институционализации, но для целей нашего исследования мы остановимся на следующем: институционализация представляет собой процесс определения и закрепления социальных норм, правил, статусов и ролей, приведение их в систему, способную действовать в направлении удовлетворения некоторой общественной потребности.

Социальное предпринимательство как социальный институт, открыв для себя новую нишу в сфере развития туризма, с необходимостью должно пройти все этапы эволюции:

генезис, становление, развитие и прийти к нормальному, стабильному функционированию. В настоящее время можно говорить об этапе становления или институционализации социального предпринимательства в сфере туризма. Институциональному оформлению подвергаются все структурные элементы социального предпринимательства в изучаемой сфере услуг: структура, функции, социальные практики, осуществляемые институциональными акторами, ресурсы.

Одним из ключевых понятий исследуемой темы является термин «социальное предпринимательство». Для целей нашего исследования наиболее адекватным является его определение, предлагаемое И.И. Булыгиной и Н.И. Булыгиной: «Социальное предпринимательство – относительно новое направление в российской экономике, представляющее собой социально ориентированные предпринимательские проекты, целью которых является решение острых социальных проблем и достижение нового, более эффективного социального равновесия при одновременном обеспечении самоокупаемости и независимости от внешних источников финансирования. Важным критерием, уточняющим данное определение, является преимущественное направление прибыли предприятия на выполнение его социальной миссии» [4, с. 163]. Опираясь на вышеприведенные теоретические позиции и предлагаемые в научных исследованиях дефиниции, поясним, что под институционализацией социального предпринимательства в сфере туризма понимается эволюция и трансформация всех его институциональных структур в направлении удовлетворения общественной потребности в приобщении к туристско-рекреационной деятельности различных групп населения через деятельность социально-ориентированных предпринимательских или общественных организаций. К числу таких групп могут быть отнесены, в первую очередь, люди с ОВЗ, малоимущие семьи, дети и подростки из асоциальных семей, малоимущие граждане. Вместе с тем, социальное предпринимательство в сфере туризма не может быть ориентировано исключительно на эти группы населения. Социальное предпринимательство в сфере туризма может представлять собой социально-ориентированные проекты; примером могут служить сельский туризм, зеленый туризм, этно-туризм, которые наряду с принесением прибыли предпринимателю направлены на развитие сельских территорий, сохранение природы, возрождение этнических традиций.

Наша задача состоит в выявлении специфики социологического подхода к изучению институционализации социального предпринимательства в сфере туризма. Институционализация социального предпринимательства в сфере туризма – это преобразование, упорядочение, организация отношений в процессе внедрения социально-

го предпринимательства в туристическую отрасль на основе установления определенных норм и правил, в результате чего формируется социальный институт, удовлетворяющий общественная потребность, с одной стороны в развитии туризма, а с другой – в решении социально-значимых задач, осуществляется трансформация институциональных элементов. Исходя из понимания предмета социологии как социального, логично анализировать становление института социального предпринимательства в туризме через призму общественных отношений, которые детерминируют трансформацию всех его элементов. При этом, социальными субъектами, носителями общественных отношений могут выступать, как отдельные индивиды, предприниматели, так и коллективные институциональные агенты, например, социально-ориентированные бизнес-сообщества, НКО, чья деятельность протекает в изучаемой сфере жизни общества.

Ресурсный аспект рассмотрения изучаемого явления предполагает анализ, прежде всего, правового обеспечения функционирования данного социального института, что входит в задачи изучения правоведения. В рамках следующего аспекта необходимо остановиться на материальных и финансовых ресурсах изучаемого социального института, что, на наш взгляд, является прерогативой экономической науки; предметом внимания науки менеджмента выступают его организационно-управленческие ресурсы; информационные ресурсы изучают представители ИТ-специальностей.

В круг проблем социологии входят такие аспекты, как деятельность институциональных акторов социального предпринимательства в сфере туризма, выступающих носителями общественных отношений, складывающихся в процессе выполнения данным социальным институтом функций получения прибыли и одновременно решения важных социальных задач. Применительно к данной проблеме исследование необходимо осуществлять на основе субъектно-деятельностного подхода. Проблемное поле данной темы включает такой аспект, как функции и дисфункции института социального предпринимательства в сфере туризма, анализ которого предполагает применение структурно-функциональной методологии.

К числу социологических аспектов темы относятся вопросы, связанные с развитием институциональных практик социального предпринимательства в сфере туризма. П.В. Панов, анализируя институты как практики, пишет: «Ян-Эрик Лейн и Сванте Эрссон, систематизируя различные варианты определения институтов, пришли к выводу, что можно говорить о «тонкой» и «толстой» концептуализации. В «тонкой» интерпретации институты представляют собой институционализированные нормы, которые «управляют» поведением людей. «Толстая» интерпретация выходит

«за рамки» норм и определяет институты как «практики, то есть некие поведенческие модели (паттерны), которые позволяют людям иметь ожидания относительно поведения друг друга и включают в себя также интересы и системы ценностей» [5, с. 38]. Социология может изучать институциональные практики анализируемой сферы деятельности в позиции такого подхода, однако обзор литературы по теме институциональных практик показывает их различные интерпретации [Э. Гидденс, 1984; С.В. Патрушев, 2011; Ю.В. Простотина, 2019 и др.].

Таким образом, рассмотрение институционализации социального предпринимательства в сфере туризма в проблемном поле социологии, во-первых, представляется многоаспектным; во-вторых, межпредметным; и в-третьих, опирающимся на комплексную методологию, что обусловлено многообразием структурных элементов изучаемого социального института, трансформирующихся на этапе его становления.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 384 с.
2. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд экономической книги, 1979. – 180 с.
3. Щепанский Я. Элементарные понятия социологии; Общ. ред. и послесл. акад. А. М. Румянцев. – М.: Прогресс, 1969. – 237 с.
4. Булыгина И.И., Булыгина Н.И. Возможности реализации социального предпринимательства в сфере туризма // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы X Международной научно-практической конференции. – М.: ООО «Ковчег» 2017. – С. 163-166.
5. Панов П.В. Институты и институциональные практики: проблема концептуализации // Вестник Пермского университета. Политология. – 2010. – № 4. – С. 34-47.

## Информация об авторе

**Хугаев Ацамаз Асланбекович**, аспирант, Северо-Кавказский федеральный университет, Институт экономики и управления, кафедра социологии.  
E-mail: hugaev.ats@yandex.ru

**Khugaev A.A.**

## INSTITUTIONALIZATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE SPHERE OF TOURISM: MAIN ASPECTS OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS

**Abstract.** The article substantiates the legitimacy of referring social entrepreneurship in the field of tourism to social institutions. The functional and resource aspects, as well as social practices of institutional agents of the social institution of entrepreneurship in the field of tourism are analyzed from the standpoint of sociological science. The positions of scientists (economists and sociologists) aimed at the study of social entrepreneurship in the field of tourism are given, the specificity of the sociological analysis of this type of entrepreneurship, which consists in its social conditionality, is revealed. The process of institutionalization of social entrepreneurship in the field of tourism is described, affecting all the structural elements of the studied social institution. It is proved that the social institution of entrepreneurship in the field of tourism is going through the stage of formation as a stage of its institutionalization. The main aspects of sociological analysis and interdisciplinary research of the structural elements of the institution of social entrepreneurship in the field of tourism are highlighted.

**Keywords:** social entrepreneurship, social institution, tourism, institutional practices, institutional agents.

## Literature

1. Veblen T. Theory of the leisure class. – M.: Progress, 1984. – 384 p.
2. North D. Institutions, institutional changes and the functioning of the economy. – M.: Fund of the economic book, 1979. – 180 p.
3. Shchepansky, J. Elementary concepts of sociology; Tot. ed. and after. acad. A. M. Rumyantsev. – M.: Progress, 1969. – 237 p.

4. Bulygina I.I., Bulygina N.I. Opportunities for the implementation of social entrepreneurship in the field of tourism // Modern innovative technologies and problems of sustainable development of society. Materials of the X International Scientific and Practical Conference. – М.: LLC «Ark» 2017. – С. 163-166.

5. Panov P.V. Institutions and institutional practices: the problem of conceptualization // Bulletin of the Perm University. Political science. – 2010. – No. 4 (12). – PP. 34-47.

#### **Author**

**Khugaev Atsamaz Aslanbekovich**, post-graduate student, North Caucasian Federal University, Institute of Economics and Management, Department of Sociology.

E-mail: hugaev.ats@yandex.ru