

УДК 338.48:338.22

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СПЕЦИФИКА ИХ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Ю.В. Ходковская

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и стратегического развития
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (УГНТУ)

Д.А. Карачева

магистрант программы «Социальное предпринимательство» УГНТУ (Уфа)

Обеспечение социальной стабильности в обществе для многих стран является приоритетной национальной проблемой, решение которой с учетом нарастающих кризисов напрямую связано с социальной политикой, проводимой в целях достижения социальных эффектов. Возложенные на сферу социального предпринимательства функции направлены на гармонизацию интересов бизнеса, государства и общества, поэтому сфере туризма отводится значительная роль в социально-экономическом развитии территорий. Стандартизация туристического бизнеса, государственная поддержка способствовали продвижению «туризма для всех». Анализ зарубежного и российского опыта реализации социальных функций предпринимательства в сфере туризма позволил сформулировать рекомендации для достижения эффектов через культурные, оздоровительные, познавательные туристические маршруты, доступные без ограничений.

Ключевые слова: предпринимательство, социальные функции, социальная политика, сфера туризма, государственная поддержка.

В современной политике России социальной роли предпринимательства отводится приоритетное значение. Социальные функции предпринимательства, ориентированные на решение значимых для государства задач, таких как, обеспечение занятости населения, социализация в коллективе, обществе людей с инклюзивными особенностями, продвижение социально значимых бизнес-проектов, вовлеченность социально незащищенных слоев населения

в активную экономическую деятельность способствуют улучшению социального климата в стране.

Оценка состояния предпринимательской среды и экономической активности ее субъектов позволила выявить их масштабность и отчасти разрушительность, последствия которой могут привести к отказу современного гуманизированного общества мириться с проявлениями кризисов. Сложность современной хозяйственной жизни, новые модели поведения

рыночных игроков в условиях цифровой экономики потребовали поиска новых подходов к управлению бизнесом, позволяющих добиться гармонизации интересов компаний и их окружения, ослабить остроту конфликта между капиталом и обществом. Ориентация на национальные ценности, национальные интересы, реформирование системы социальных услуг, внедрение социальных и экологических стандартов для многих стран актуализировали решение проблемы устойчивого развития территорий, соответствующей потребностям современного общества, в том числе в части выполнения субъектами предпринимательской среды социальных функций [1].

За рубежом применяются различные подходы, позволяющие субъектам предпринимательской среды (компаниям) выстраивать эффективную корпоративную политику, включающую социальную компетентность и этику бизнеса. Сложившаяся в менеджменте успешных иностранных компаний система взаимодействия с широким кругом заинтересованных лиц, групп и организаций, входящих в сферу влияния компании, позволяет поддерживать постоянный конструктивный диалог со стейкхолдерами, акцентируя внимание компании на согласованность целей бизнеса и общества в целом.

Во взглядах современных исследователей реализация социальных функций предпринимательства в современном обществе проявляется в сглаживании социальных противоречий и конфликтов, решении общественно значимых проблем. Достижение эффектов от реализации социальных функций обеспечиваются, как правило, компаниями, ориентированные на создание общественно значимых ценностей, и компании, собственниками которых являются бедные или социально незащищенные слои населения. Как показывает опыт зарубежных стран, общественная польза, которую приносит социально ориентированное предпринимательство, мотивирует покупателей на приобретение товаров и получение услуг от тех компаний, которые известны своей ответственной кадровой политикой, достойным экологическим или социальным поведением [2].

Согласно общей логике, социальные эффекты предпринимательства формируются под воздействием организационных, инновационных, ограничительных, координирующих, информационных и других направлений реализации социальной политики государства. Однако ряд исследователей утверждают, что успешная реализация социальных функций в сфере предпринимательства возможна лишь при условии

соответствия бизнес-организации критериям устойчивого экономического развития, например, конкурентоспособности, управляемости, интегрированности, системности, коммуникативности и др. Следовательно, реализация социальных функций возможна при эффективной производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельности компании, имеющей достаточно высокий адаптационный потенциал, ориентированной на постоянное обновление целей [3, с. 141] и отвечающей идеям повышения общественного благосостояния и улучшения качества жизни [1].

Несмотря на то, что социальные функции предпринимательства направлены на удовлетворение потребностей общества в целом, наблюдается региональная специфика их проявления и развития в различных сферах деятельности, в том числе в сфере туризма.

Согласно рейтингу, проведенному по итогам 2018 г. Аналитическим агентством «ТурСтат» в области внутреннего и въездного туризма, ТОП самых туристических городов и регионов России составили Москва (более 23,5 млн туристов), Краснодарский край (более 17 млн), Подмосковье (15 млн), Санкт-Петербург (8,5 млн), Крым (6,8 млн), Приморье (более 5 млн), Владимирская область (более 5 млн), Ленинградская область (более 5 млн), Ярославская область (4,1 млн), Татарстан (3,4 млн), Тюменская область (3,1 млн), Вологодская область (2,9 млн), Башкирия (более 2,5 млн), Калужская область (более 2,5 млн) и Алтайский край (2,2 млн туристов)¹.

Напомним, что, уже более 10 лет в соответствии с положениями о туризме, закрепленными в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года² (далее – Концепция), сфере туризма уделяется особое внимание. В указанной Концепции туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития нашей страны, в ней определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма. На основании указанных в Концепции положений была разработана, утверждена³ и реализована Федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». В настоящее время с учетом национальных приоритетов и ценностей в субъектах РФ реализуется ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 гг.)», в которой сфера туризма определена как отрасль, обеспечивающая

¹ Результаты рейтинга внутреннего и въездного туризма в России за 2018 г. / Официальный сайт Аналитического агентства «ТурСтат». URL: <http://turstat.com/toptravelrussiaregion2018> (дата обращения: 13.12.2020).

² Концепция была утверждена распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.

³ ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» была утверждена постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644.

⁴ Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» была утверждена постановлением Правительства РФ от 5 мая 2018 г. № 872-р.

социальную стабильность путем создания новых рабочих мест, способствуя самозанятости населения⁴.

Важность развития сферы туризма в социальной политике РФ определена, с одной стороны, актуальностью решения задач пополнения доходной базы бюджета за счет внутреннего туризма, с другой стороны, – социальной значимостью сферы туризма, поскольку она неотделима от спроса на востребованные услуги и их потребления и неразрывно связана с потребностями людей, их отдыхом, доходами, образом жизни и т.д. [4]. Хотя в перспективе сфера туризма определена как высокодоходная отрасль, катализирующая процессы устойчивого развития регионов, но, как показывает практика, социально-экономическая отдача туристического бизнеса в разных регионах имеет различные масштабы. Например, горнолыжный, круизный, оздоровительный виды туризма приносят бизнесу значительные экономические выгоды, в то время как культурно-познавательный, паломнический, экологический виды оказываются менее прибыльными, а, значит, менее привлекательными для инвестирования.

По мнению авторов, с точки зрения реализации социальных функций в сфере туризма, именно культурно-познавательный, паломнический, экологический виды туризма способствуют продвижению долгосрочных социальных целей развития регионов, исходя из приоритетов национальной политики. Поэтому многие страны активно участвуют в софинансировании, дотировании тех туристических инвестиционных проектов, которые имеют не только высокий экономический потенциал развития, но и обеспечивают достижение социально значимых эффектов.

Мировой тенденцией социального туризма XXI в. является «туризм для всех», не учитывающий жизненный уровень, категорию, заслуги перед обществом конкретного гражданина. В таких странах, как Финляндия, Швеция, Япония, государственно-частное партнерство в сфере туризма обеспечивает не только рост конкурентоспособности и улучшение бизнес-возможностей туристических компаний, но и ускоряет развитие инфраструктуры туристического бизнеса.

Исследование Всемирного совета по туризму (WTTC) показывает, что на долю этого сектора экономики в 2018 г. приходилось 10,4 % мирового ВВП и 319 млн рабочих мест, или 10 % от общей занятости. По своему вкладу в мировой ВВП индустрия туризма опережает такие сектора экономики, как сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых⁵.

В июле 2019 г. появились ранние признаки замедления роста отрасли, но рост все же был положительным. Согласно последним данным Всемирной туристской организации при ООН UNWTO, к марту 2019 г. глобальный приток иностранных туристов вырос на 4,4 % (за тот же период 2018 г. рост составил 5,6 %). Но основные регионы продемонстрировали рост, причем Северная Африка лидировала (11,3 %). Рост также был достаточно высоким на Ближнем Востоке (8,2 %) и в Азиатско-Тихоокеанском регионе (5,8 %). Рост был устойчивым в Европе (3,8 %) и Америке (2,7 %) ⁶.

Нельзя не отметить, что потери международного туристического сектора из-за распространения коронавируса в 2020 г. достигли 320 млрд долл., что, по данным UNWTO, более чем в три раза превышает убытки в этой области из-за экономического кризиса 2009 г. Число туристических поездок в мире сократилось за первые восемь месяцев 2020 г. на 70 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г., а потери достигли 730 млрд долл. В частности, в июле стало на 81 % меньше поездок, чем в июле 2019 г., в августе – на 79 % ⁷.

Охвативший мировую экономику коронакризис в туристической сфере ряда стран, к удивлению многих экспертов, исследовавших влияние COVID-19 на социально-экономическое развитие территорий, вызвал существенный процентный прирост реального ВВП к уровню 2019 г., например, Мальта продемонстрировала рост 13,4 % (2020) против 11,7 % (2019); Мальдивы – 7,1 % (2020) против 6,1 % (2019); Мьянма – 6,9 % (2020) против 4,2 (2019) ⁸. Отчасти такая динамика объясняется тем, что сфера туризма быстро развивается, внедряя перспективные туристические направления, методы работы с инвалидами, социально незащищенными группами населения. Согласно мнению Д. Борнштейна, основной причиной подъема социально значимых для населения сфер, включая туризм, является повышение информированности, правосознания [5], развитие информационно-коммуникационных средств общения и связи.

Как показывает зарубежный опыт, именно в сфере туризма в последние годы наблюдается быстрое развитие социальных функций предпринимательства. В частности, этому способствует государственная поддержка, направленная на обеспечение благоприятных условий функционирования туристического бизнеса и участие государства в финансировании социальных туров. В таких странах, как Германия, Франция, Израиль, Словения,

⁵ Информационно-аналитическая справка о деловом туризме в мире. URL: [https://ruef.ru/assets/files/2. Деловой%20туризм%20в%20мире.pdf](https://ruef.ru/assets/files/2.Деловой%20туризм%20в%20мире.pdf) (с. 2).

⁶ Там же (с. 5).

⁷ РИА НОВОСТИ. 27 октября 2020 г. URL: <https://ria.ru/20201027/turizm-1581769386.html> (дата обращения 19.12.2020).

⁸ Мировой атлас данных. Туризм, общий вклад в ВВП, реальный темп прироста (%). URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/> (дата обращения: 18.12.2020).

стандартизация и сертификация работы субъектов туристического бизнеса способствует продвижению рекреационного туризма для маломобильных людей. Мировая статистика показывает, что на 1 января 2020 г. более чем 1 млрд чел. – это инвалиды, что актуализирует создание доступной среды для инвалидов-путешественников. Например, в Германии обязательна аккредитация туристических маршрутов для инвалидов, предусматривающая не только комфорт и безопасность туристов, но и свободный доступ к историческим, инфраструктурным объектам.

В России развитие сферы туризма регулируется Межгосударственным стандартом «Туристские услуги»⁹, в соответствии с которым потребителями таких услуг являются граждане, независимо от их физических возможностей, а эффекты социальных функций проявляются через культурные, оздоровительные, познавательные туристические маршруты, доступные без ограничений.

Развитие социальных функций в сфере туризма – это постоянный процесс, содействующий адаптации, реабилитации и интеграции социально незащищенных слоев населения в активную жизнь. По мнению авторов, для более быстрого и эффективного развития социальных функций предпринимательства в сфере туризма необходимы:

1) государственная поддержка социально значимых туристических маршрутов, охватывающих исторические и культурные центры страны. Дифференциация мер государственной поддержки должна осуществляться с учетом экономической и социальной отдачи конкретного туристического направления;

2) развитие социальных функций предпринимательства в сфере туризма, формирующее безбарьерную среду, обеспечивающую физическое и духовное оздоровление не только людей с ограниченными физическими возможностями, но и общество в целом, а также массовый приток туристов из других регионов, стран;

3) инфраструктурное развитие территорий, которое во многом зависит от туристической активности,

поэтому, формируя архитектуру будущих городов, следует планировать общественные пространства с поправкой на разные физические способности людей, обеспечивая доступность каждому;

4) разработка дорожной карты взаимодействия и сотрудничества в сфере туризма стран, применяющих Межгосударственный стандарт «Туристские услуги»; это позволит обеспечить не только взаимовыгодный туристический обмен, но и будет способствовать продвижению национальных культурных и духовных ценностей в мировое сообщество.

Литература

1. *Manolov G., Orlova D., Khodkovskaya J., Barkova E., Nazarov M.* A Smart specialization strategy for sustainable development of regions / First conference on sustainable development: industrial future of territories (IFT 2020). Yekaterinburg: EDP Sciences, 2020. E3S Web of Conferences 208. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020808009> (дата обращения: 19.12.2020).

2. Юнус М., Жолу А. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма / Пер. И.В. Савельева. М.: Альпина Паблишер, 2010. 306 с.

3. *Strange T., Bayley A.* Sustainable Development: Linking economy, society, environment. Paris: Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), 2008. 146 p. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264055742-en.pdf?expires=1612259963&id=id&acc_name=guest&checksum=E7C4DFB8794D79CBF921261155484051 (дата обращения: 12.12.2020).

4. Ильин В.И. Роль и значение туризма в социально-экономическом развитии регионов РФ // Экономические науки. 2016. № 50-1. URL: <https://novainfo.ru/article/7702> (дата обращения: 18.12.2020).

5. *Борнштейн Д.* Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей / Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2012. 40 с. URL: <http://www.arctic-social.biz/library/dehvid-bornshtejn-kak-izmenit-mir.pdf>.

⁹ ГОСТ 32612-2014 Межгосударственный стандарт «Туристские услуги». Информация для потребителей. Общие требования. Tourist services. Consumer information. General requirements. Стандарт принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации (протокол от 27 февраля 2014 г. № 64-П подписан Минэкономки Республики Армения, Госстандартом Республики Беларусь, Кыргызстандартом, Молдова-Стандартом, Росстандартом, Узстандартом, Минэкономразвития Украины); Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26 марта 2014 г. № 229-ст Стандарт с 1 января 2016 г. введен в действие в качестве Национального стандарта Российской Федерации); в декабре 2019 г. Стандарт переиздан. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200110998> (дата обращения: 21.12.2020).