

УДК 338

***РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА ПОСРЕДСТВОМ МАРКЕТИНГОВЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ***

Зайцев К.В.

аспирант,

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),

Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация

В научной статье рассматривается сущность социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. Определяются основные виды социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. В работе выявляются основные проблемы развития социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. Предлагаются пути решения проблем социального предпринимательства посредством маркетинговых мероприятий. Научная новизна статьи заключается в исследовании роли маркетинга в развитии социального предпринимательства в индустрии гостеприимства на территории Российской Федерации.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, виды социального предпринимательства, индустрия гостеприимства, социальный туризм, социальная гостиница.

***DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN THE HOSPITALITY
INDUSTRY THROUGH MARKETING ACTIVITIES***

Zaytsev K. V.

graduate student,

*Rostov State University of Economics,
Rostov-on-don, Russian Federation*

Annotation

The scientific article examines the essence of social entrepreneurship in the hospitality industry. The main types of social entrepreneurship in the hospitality industry are determined. The paper identifies the main problems of the development of social entrepreneurship in the hospitality industry. The ways of solving the problems of social entrepreneurship through marketing activities are proposed. The scientific novelty of the article lies in the study of the role of marketing in the development of social entrepreneurship in the hospitality industry in the Russian Federation.

Keywords: social entrepreneurship, types of social entrepreneurship, hospitality industry, social tourism, social hotel.

Под социальным предпринимательством понимается применение различных стартапов и других средств предпринимательства для разработки, финансирования и осуществления решений социальных, культурных или экологических проблем [9].

Роль социального предпринимательства неуклонно растет с каждым годом в современном мире. Оно проявляется во множестве секторов экономики, в том числе и в индустрии гостеприимства.

Говоря о социальном предпринимательстве в индустрии гостеприимства, нужно выделить его основные виды, существующие на территории Российской Федерации:

- социальный туризм;
- социальные гостиницы;

– «зеленые технологии».

Социальный туризм – это система социально-культурных объектов и участников, которые имеют общие цели и принципы по организации отдыха граждан за счёт льгот или средств государства, государственных и негосударственных фондов, благотворительных структур.

Социальный туризм направлен на удовлетворение потребностей человека в культурном, познавательном, духовном и физическом развитии при участии субсидий государства, а также дает право малообеспеченным гражданам воспользоваться возможностями туристского отдыха на льготных условиях и проживать в средствах размещения без ощутимых затрат.

Объектом социального туризма являются дети из бедных, многодетных семей, школьники и молодёжь, пенсионеры и инвалиды, ветераны труда [1]. Им предоставляются путевки на определенный курорт, где государство, как правило, оплачивает проживание в гостинице или в санатории. В этом и заключается главная роль индустрии туризма в социальном туризме.

На сегодняшний день в России получили распространение социальные гостиницы как один из видов социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. Под ними понимаются независимые учреждения системы социальной защиты граждан, которые нужны для их пребывания, по причине тяжелой ситуации в жизни, вынужденные искать временное место проживания.

Социальные гостиницы дают возможность использования своих услуг не только туристам, но и другим категориям граждан, в том числе трудовым мигрантам [10]. К тому же, они функционируют по упрощенному стандарту гостиничного обслуживания, ограничивая условия предоставления основных услуг и уменьшая перечень дополнительных услуг и удобств, что дает право либо снизить стоимость проживания, либо не брать за проживание полностью.

Важно отметить, что значимость социальных гостиниц в Российской Федерации выросла во время введения самоизоляционных мер на фоне

развития коронавирусной инфекции. Некоторые гостиницы крупных российских городов во время первой волны пандемии заселяли в свой номерной фонд людей, попавшие в трудную ситуацию либо по низким ценам, либо полностью бесплатно. Повторилась эта практика и осенью, когда началась вторая волна коронавируса в нашей стране.

В XXI веке в мире стала актуальной задача использования «зеленых технологий» в роли не только комплексного технического решения для индустрии гостеприимства, но и как пример социального предпринимательства [14].

Использование экологичных принципов – это тренд, который дает предприятиям индустрии гостеприимства возможность экономии в долгосрочной перспективе, а также в улучшении экологии территорий, где они находятся.

Для улучшения экологической обстановки гостиничные предприятия используют экологические инновации, направленные на уборку и обслуживание номерного фонда, а также коридоров и холлов [8]. Это поможет свести к минимуму воздействие вредных химических веществ на гостей и персонал, уменьшить количество отходов, а также сократить расход электроэнергии и воды.

Таким образом, на данный момент социальное предпринимательство распространилось и в индустрии гостеприимства. Как и другие предприятия, гостиницы, так же активно занимаются благотворительностью и социально важными проектами, особенно в условиях распространения коронавирусной инфекции.

Однако социальное предпринимательство в индустрии гостеприимства до сих пор сталкивается со следующими проблемами:

- слабый уровень развития гражданского сознания у гостиничных предпринимателей;

- отсутствие нужных программ поддержки на федеральном уровне;
- экономическая нестабильность гостиничного бизнеса;
- отсутствие у гостиничных предприятий необходимых знаний и навыков работы в социальном обслуживании граждан.

Для решения существующих проблем, связанных с социальным предпринимательством, гостиничным предприятиям следует активно использовать маркетинговые мероприятия. Это совокупность мер, которые прямо влияют на рост привлекательности предприятия и наращивание объемов сбыта товаров, реализации услуг [12].

Маркетинговые мероприятия будут направлены на продвижение социальных идей в российское общество и привлечения государства к роли гостиниц в данном предпринимательстве.

Следующие маркетинговые мероприятия необходимо применять для развития социального предпринимательства в индустрии гостеприимства:

- разработка рекламной кампании федерального уровня в социальных сетях;
- создание эффективных маркетинговых стратегий социальных гостиниц, направленных на быстрое достижение поставленных целей и задач;
- использование предпринимателями индустрии гостеприимства бенчмаркинга: анализ и использование успешных кейсов социального предпринимательства в индустрии гостеприимства зарубежных стран.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальное предпринимательство в индустрии гостеприимства – это деятельность в предпринимательстве, направленная на достижение общественно полезных целей, которые будут содействовать решению социальных проблем граждан посредством предоставления гостиничных услуг.

Для развития социального предпринимательства в отечественной индустрии гостеприимства необходимо использовать различные

маркетинговые мероприятия. Именно маркетинг будет стимулировать рост участия гостиничных предпринимателей в общественно полезных действиях, а также привлечет внимание государства на гостиничные предприятия, которые занимаются социальным предпринимательством, снизив им налоги и поддержав их деятельность на федеральном уровне.

Библиографический список:

1. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнов. – М.: Инфра-М, 2016. – 100 с.
2. Быстров, С.А. Организация гостиничного дела / С.А. Быстров. – М.: Инфра-М, 2016. – 212 с.
3. Войнова, О.А., Козлова, О.А. Эволюция концепции социального предпринимательства / О.А. Войнова, О.А. Козлова // Вестник ЗабГУ. – 2016. – № 1. – С. 105.
4. Дурович, А.П., Кабушкин, Н.И., Сергеева Т.М. Организация туризма / Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое знание, 2019. – 306 с.
5. Крутик, А.Б. Предпринимательство в сфере сервиса / А.Б. Крутик, М.В. Решетова. – М.: Academia, 2017. – 77 с.
6. Морозов, В.Ю., Мурашова, Ю.В. Современные проблемы развития гостиничного бизнеса в Российской Федерации / В.Ю. Морозов, Ю.В. Мурашова // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – № 3 (73). – С. 8.
7. Науменко, Е.Е., Прилуцкая Клавдия Павловна Социальное предпринимательство в России / Е.Е. Науменко // Economics. – 2016. – № 11 (20). – С. 47.
8. Печерица, Е.В. Зарубежный опыт применения экологических инноваций в средствах размещения / Е.В. Печерица // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 34. – С. 55.

9. Полтавский, И.В. Социальное предпринимательство и его роль в современном обществе / И.В. Полтавский // Молодой ученый. – 2016. – № 8.1 (112.1). – С. 49.

10. Салманова, И.П. Основные аспекты управления социальными гостиницами в гостиничном бизнесе / И.П. Салманова // Вестник РУДН. Серия: Инженерные исследования. – 2012. – № 2. – С. 115.

11. Самарина, Т.Н. Социальное предпринимательство в России и за рубежом / Т.Н. Самарина // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. – 2016. – № 3. – С. 176.

12. Соколова, С.В. Основы маркетинга гостиничных услуг: Учебник / С.В. Соколова. – М.: Academia, 2018. – 125 с.

13. Сулимин, В.В. Сущность социального предпринимательства в России / В.В. Сулимин // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2019. – № 3. – С. 278.

14. Тимохина, Т.Л. Организация гостиничного дела / Т.Л. Тимохина. – М.: Юрайт, 2016. – 144 с.

15. Шатько, Е.А. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации / Е.А. Шатько // Молодой ученый. – 2019. – № 7 (245). – С. 65.

Оригинальность 87%