

Еременко Дарья Николаевна  
старший преподаватель  
Литвиненко Валентина Александровна  
студентка  
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный  
экономический университет (РИНХ)»  
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ: НА ПЕРЕКРЕСТКЕ ВЫЗОВОВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ НОВОЙ ЭПОХИ

*Аннотация:* статья посвящена вопросу анализа ключевых вопросов и перспектив развития предпринимательства в динамично трансформирующейся сфере туризма и индустрии гостеприимства. Конкурентоспособность будущего принадлежит гибким, технологичным и социально ответственным предпринимателям, способным создавать аутентичную ценность и осмысленный опыт для нового поколения туристов.

*Ключевые слова:* предпринимательство в туризме, индустрия гостеприимства, устойчивый туризм, ESG, цифровизация турииндустрии, колаборации в туризме, кадровые вызовы гостеприимства, аутентичность, туристический продукт.

Предпринимательская деятельность в индустрии гостеприимства и туризма – это одна из самых динамичных и перспективных отраслей экономики. Сегодня туризм является одним из наиболее быстрорастущих секторов мировой экономики, и его вклад в мировой ВВП составляет более 10% [8, с. 233].

Сфера туризма и гостеприимства, будучи одной из наиболее динамичных и чувствительных к глобальным изменениям, переживает глубокую трансформацию. На фоне восстановления после пандемийных шоков, меняющихся потребительских предпочтений и технологической революции предпринимательство в этой области сталкивается с уникальным набором вопросов. Однако современный бизнес сталкивается с рядом актуальных проблем. В особенности кризисные

условия ощущают предприятия индустрии туризма, которые столкнулись с необходимостью переорганизации бизнеса с внешнего рынка туристических услуг на внутренний. Их решение определяет не только успех отдельных компаний, но и конкурентоспособность целых регионов [6, с. 154].

Рассмотрим основные вопросы развития предпринимательства.

### 1. Гиперперсонализация или масштабируемость.

Современный турист ждет уникального. Для предпринимателя это создает дилемму: как сохранить аутентичность и кастомизацию, пытаясь масштабировать бизнес? Классические стандартизованные пакетные туры уступают место нишевым проектам: создание мастерских по ремеслам, организация фотосафари с местным гидом-биологом, курирование гастрономических маршрутов. Вопрос в том, как выстроить устойчивую бизнес-модель вокруг такого персонализированного предложения, не превратив его в конвейер.

### 2. Цифровизация и борьба за данные.

Платформы-агрегаторы (Booking, Airbnb, TripAdvisor) долгое время доминировали на рынке, контролируя клиентский поток и данные. Задача для местного предпринимателя – не просто присутствовать на этих платформах, а развивать прямые каналы коммуникации и продаж. Это требует инвестиций в собственные CRM-системы, качественный контент-маркетинг (блоги, социальные сети), использование чат-ботов и технологий дополненной реальности для улучшения опыта. Ключевой вопрос: как малому бизнесу конкурировать с технологическими гигантами за внимание и лояльность клиента?

### 3. Кадровый вызов и новая культура сервиса.

Индустрия гостеприимства традиционно страдает от высокой текучести кадров и сезонности. Современный предприниматель должен выстраивать новую кадровую политику:

- создание привлекательных условий и карьерных траекторий для локального населения;
- акцент на soft skills (эмоциональный интеллект, многозадачность, навыки решения проблем) и глубокое знание своего региона;

– развитие гибридных форматов занятости и противодействие сезонности через создание круглогодичных туристических продуктов (фестивали, wellness-программы, MICE-туризм).

#### 4. Регуляторная среда и инфраструктурные ограничения.

Предприниматель в туризме сильно зависит от действий государства: визовая политика, качество транспортной и туристической инфраструктуры (дороги, навигация, общественные пространства), налоговые режимы [1, с. 23]. Вопрос развития лежит в плоскости публично-частного партнерства: как бизнес может конструктивно участвовать в диалоге с властью для улучшения условий и создания привлекательного имиджа территории?

Векторы решений и новые модели.

1. Коллаборации и коопeração. Успех все чаще создается экосистемами малых игроков: отельеры объединяются с гидами, ресторанами, фермерами и мастерами, создавая единые карты гостеприимства и комплексные предложения. Это усиливает клиентский опыт и снижает риски каждого отдельного участника.

2. Технологии как основа кастомизации. Использование Big Data и AI для анализа предпочтений гостей позволяет микробизнесу предлагать индивидуальные программы. AR-гиды, цифровые путеводители и онлайн-бронирование уникальных активностей становятся стандартом.

3. Бленд-туры и смешение форматов. Стираются границы между образованием и отдыхом. Предприниматели создают продукты на стыке: коворкинг-отели в природной среде, арт-резиденции с обучением, агротуризм с элементами телемедицины и digital detox.

4. Фокус на нематериальное наследие и эмоции. Продается не номер и не экскурсия, а эмоция, трансформация, история. Успешный предприниматель становится куратором впечатлений, который упаковывает в продукт локальные мифы, гастрономические традиции, личные истории жителей.

Развитие предпринимательства в туризме и гостеприимстве сегодня – это не просто вопрос открытия нового отеля или турагентства. Это сложный процесс

создания ценности, основанной на аутентичности, устойчивости и глубокой персонализации. Будущее принадлежит не самым крупным, а самым гибким, технологичным и социально ответственным игрокам, способным превратить вызовы новой эпохи в уникальное предложение для гостя, который ищет не просто услугу, а осмысленный опыт и связь с местом.

### ***Список литературы***

1. Гриценко В.И. Государственно-частное партнерство в туризме: мировой опыт и российская практика / В.И. Гриценко, А.И. Сеселкин // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. №4. – С. 14–23.
2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М.: НОУ «ИНТУИТ», 2016. – 312 с.
3. Друкер П.Ф. Инновации и предпринимательство / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2019. – 432 с.
4. Иванова А.А. Кадровый потенциал индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики: вызовы и управленческие решения / А.А. Иванова // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. №3 (97). – С. 22–34.
5. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер Ф., Дж. Бойэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 1071 с.
6. Попов Д.И. Перспективы развития малого предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства в РФ / Д.И. Попов, О.В. Зиневич // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – №7. – С. 430–434. – EDN ЕНКДТ
7. Саак А.Э. Маркетинг в социальных сетях в сфере туризма и гостеприимства / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – М.: Дашков и К°, 2021. – 168 с.
8. Сафонова Е.Н. Предпринимательская деятельность в индустрии гостеприимства и туризма / Е.Н. Сафонова // Новая экономика, бизнес и общество: материалы Апрельской научно-практической конференции молодых учёных / отв. ред. А.А. Волков, Е.А. Тюрина, М.В. Усова. – Владивосток, 2023. – С. 787–789. – EDN GFNXAY