

Федеральное
государственное бюджетное учреждение науки
«Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр
Российской академии наук»

ТУРИЗМ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Материалы
международной научно-практической
конференции



Под редакцией
д.с.-х.н., академика РАН
Рындина Алексея Владимировича
Сочи, 3-6 октября 2022 г.

Сочи • 2022

УДК 338.48
ББК 65.43

Редакционный совет:

- А.В. Рындин**, д.с.-х.н., академик РАН, директор ФИЦ СНИЦ РАН;
П.П. Чуваткин, д.э.н., профессор, заведующий лабораторией
 экономических исследований ФИЦ СНИЦ РАН
Н.А. Яицкая, к.г.н., заместитель директора по науке ФИЦ СНИЦ РАН
С.И. Мишулина, к.э.н., ведущий научный сотрудник лаборатории
 экономических исследований ФИЦ СНИЦ РАН;
А.С. Копырин, к.э.н., заведующий кафедрой информационных
 технологий ФГБОУ ВО «Сочинский государственный
 университет»;
А.Ю. Войнова, к.э.н., старший научный сотрудник лаборатории
 экономических исследований ФИЦ СНИЦ РАН
А.Ю. Боджгуа, к.э.н., научный сотрудник лаборатории
 экономических исследований ФИЦ СНИЦ РАН

Т 86 Туризм и национальные проекты Российской Федерации: материалы
 Международной научно-практической конференции / под редакцией
 д.с.-х.н., академика РАН А.В. Рындина; Министерство науки и высше-
 го образования Российской Федерации, Федеральное государственное
 бюджетное учреждение науки «Федеральный исследовательский центр
 «Субтропический научный центр российской Академии наук». – Сочи:
 ФИЦ СНИЦ РАН, 2022. – 647 с. библиогр. в конце ст.

ISBN 978-5-904-533-49-6

В предлагаемом издании представлены научные доклады, посвящен-
 ные вопросам изучения синергетического эффекта от туризма, индустрии
 гостеприимства и реализации национальных проектов, направленных на
 достижение национальных целей развития Российской Федерации.

Адресуется научным и практическим работникам, преподавателям,
 аспирантам и студентам вузов, а также всем, кто интересуется совре-
 менной экономикой в целом и отраслью туризма в частности.

УДК 338.48
ББК 65.43

Ответственность за достоверность публикуемой информации несут авторы.

Техническое и художественное редактирование:
 Иванова Н.Б.

Адрес редакции: 354002, г. Сочи, ул. Яна Фабрициуса, 2/28
Тел. (862) 200-18-27, 200-18-39
E-mail: subplod@mail.ru
Сайт в Интернете: www.journal.vniisubtrop.ru

© ФИЦ СНИЦ РАН, 2022
 © Оформление. ФИЦ СНИЦ РАН, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	9
<i>Annandale J. M., Stephan T., Gorbunova T. L.</i> Integrated resource management applications in privately owned nature reserves in South Africa (western cape regions)	11
<i>Annandale J. M., Warbrick M., Grey J.</i> Opotiki harbour development project: impacts and contributors	19
<i>Аукина Е.В., Кружалин К.В.</i> Современные проблемы и перспективы развития туризма в регионах Северо-Кавказского федерального округа	27
<i>Айрапетова К.В., Агазарян Н.В.</i> Проблемы интеграции туризма и национального проекта «здоровоохранения»	34
<i>Алексеева А.И., Герсонская И.В.</i> Стратегия развития внутреннего туризма в России в условиях COVID-19	43
<i>Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Шинкарёва О.В.</i> Направления государственной поддержки развития внутреннего туризма	48
<i>Баранников А.Л., Донцова Л.И.</i> Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства	53
<i>Берлин С.И., Попов И.В., Салеева Т.В.</i> Туризм как элемент обеспечения экономической безопасности Краснодарского края	62
<i>Блохинова Е.А., Ушаков А.С., Майорова Е.И.</i> К вопросу о правовом регулировании различных видов индустрии туризма и гостеприимства в РФ в условиях современности	70
<i>Боджгуа А.Ю.</i> Влияние этно-гастрономического туризма на реализацию национальных проектов	75
<i>Бузулукова Е.В., Шерешева М.Ю., Ли Тяньтянь</i> Особенности туризма «серебряного» возраста в России	80
<i>Войнова Я.А.</i> Концептуальный подход к пространственному развитию туризма и индустрии гостеприимства	87
<i>Волк Е.Н., Овчинникова И.Г.</i> К вопросу о проблемах кадрового обеспечения в сфере туризма и сферы гостеприимства в кризисных условиях	94
<i>Галенко Е.В., Овчаренко Н.П., Лесникова Е.Н.</i> Влияние волонтерского туризма на реализацию национального проекта «Экология»	99
<i>Гварлиани Т.Е., Карандасова Я.В.</i> Формирование концептуального подхода к системе эколого-социального управления на курортных территориях	107
<i>Горбатов С.А.</i> Проблемы развития молодежного туризма в рамках реализации национальных проектов	112

<i>Горбунова Т.Л., Гудкова Н.К., Матова Н.И.</i> Интегрированное управление водными ресурсами дестинации как актуальное направление реализации национальных проектов	118
<i>Гревцева А.А., Радченко С.В.</i> Социокультурные факторы пространственного развития туризма в Орловской области	123
<i>Гретченко А.И.</i> Российское высшее образование на перепутье	127
<i>Днепров М.Ю.</i> Транспортные коридоры как фактор развития рекреационно-туристической инфраструктуры	135
<i>Дорофеева Л.В.</i> Векторы развития внутреннего туризма в постковидную эпоху	141
<i>Еремеева Д.В., Герсонская И.В.</i> О проблемах развития туризма и индустрии гостеприимства в России	150
<i>Ерешко Ф.И.</i> Механизм диверсификации в интеграции проектов	155
<i>Загитов Н.М., Яунбаева Н.С.</i> Влияние туризма на состояние человека в рамках национального проекта «Здравоохранение»	157
<i>Закиров Е.Э.</i> Практическая реализация приоритетного национального проекта «Здравоохранение»	160
<i>Зотин В.В., Путинцев А.В.</i> Туризм и национальные проекты РФ	163
<i>Иванова Т.Н., Ширококов С.Н., Гуляев Н.Ю.</i> Внутренний и въездной туризм как основа развития ноосферного туризма (опыт эмпирического социологического исследования)	165
<i>Камаева А.А.</i> Проблемы и пути решения развития туристической отрасли России в контексте современных вызовов	169
<i>Канделаки Д.А.</i> Памятники природы и истории в экскурсионно- туристической деятельности. На примере Гагрского района Республики Абхазия	176
<i>Кварцхава Д.И., Дегтярев П.А.</i> Инновационные технологии управления в сфере туризма	186
<i>Квеквесири К.С.</i> Исследование практической актуальности процесса импортозамещения программного обеспечения и отношения работников различных сфер к данному процессу	192
<i>Кирильчук С.П., Шамилева Э.Э.</i> Актуальные вопросы устойчивого развития индустрии туризма в Крыму	200
<i>Кириченко И.А., Моисеенко Н.В.</i> Анализ качества планирования и возможностей прогнозирования национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»	205



<i>Клещева Ю.С., Кутенёва А.А.</i> Влияние корпоративной культуры на деятельность организации	214
<i>Климова Т.Б., Богомазова И.В.</i> Роль вузов в реализации программ и проектов развития внутреннего туризма	220
<i>Колмогорова Д.М.</i> Событийный туризм как вектор развития для территорий с «ограниченными возможностями»	225
<i>Колобова А.Е., Гашишзаде Б.Х.</i> Развитие малого бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства (на примере предприятия «Чехов буфет», г. Саратов)	231
<i>Копцева А.В., Вигдорчик Я.И.</i> Влияние развития организованного отдыха школьников на достижение национальных целей развития Российской Федерации	236
<i>Копырин А.С., Видищева Е.В.</i> Инструменты управления комплексным устойчивым развитием прибрежных территорий	242
<i>Копырин А.С.</i> Современные тенденции цифрового развития туризма и определение принципов и критериев цифровой трансформации туристских регионов	248
<i>Косолапов А.Б., Бобрынова Е.В.</i> Проблемы развития туризма на приморских территориях Дальнего Востока ..	254
<i>Костина Е.Е., Каверина Н.А.</i> Востребованность музейного туризма среди студентов Москвы: социологическое измерение	259
<i>Костычева А.Е.</i> Возможности российской акватории Атлантического океана для развития морских круизов	265
<i>Кружалин В.И., Кружалин К.В.</i> Проблемы и перспективы устойчивого развития туризма в Арктической зоне	270
<i>Кружалин В.И., Кружалин К.В., Шабалина Н.В.</i> Основные проблемы и перспективы кадрового обеспечения туризма и индустрии гостеприимства в Российской Федерации	273
<i>Курникова И.В., Савин В.Э.</i> Промышленный туризм – главный тренд развития туристической отрасли региона	282
<i>Лаврикова Н.И.</i> Цифровая трансформация систем стратегического управления для бизнеса	287
<i>Лантер Н.Н.</i> Проблемы реализации экологических проектов РФ в условиях санкционной экономики	292
<i>Левченко К.К.</i> Основные направления и тенденции развития внутреннего туризма	301
<i>Левченко Т.П., Левченко К.К.</i> Организационно-управленческие аспекты формирования интегрированных территориальных структур туристско-рекреационной направленности	307

Линденбратен А.Л., Тимурзиева А.Б. Взаимодействие участников лечебно-диагностического процесса при организации медицинской помощи в местах оздоровительного отдыха	314
Лисова Е.В. Туристическая отрасль как составляющая региональной экономики	320
Лиценберг И.И., Липич О.А., Барнашов С.А. О реализации потенциала молодежи для развития регионального туризма с казачьим компонентом	324
Лозовская С.А. Трансграничные туристско-рекреационные регионы тихоокеанской России ...	331
Майорова Е.И., Майоров Г.А. Экологический туризм и состояние российских лесов	338
Малкина М.Ю., Овчаров А.О. Построение рейтинга развитости туризма в российских регионах	345
Мишулина С.И. Устойчивое потребление и производство туристского родукта в российских документах стратегического планирования	352
Молчанов И.Н. Преодоление рецессии в сфере туризма: новации в экономической политике	361
Молчанова В.А. Цифровые технологии на службе экономического развития: проект «Умный город»	366
Морозов М.А. Концептуальные подходы к формированию национальной цифровой экосистемы туризма и гостеприимства	382
Морошкина М.В., Мурашкина Л.В. Национальный проект «Образование» в современных условиях: сравнительный анализ	386
Найденова М.С., Третьякова Л.А. Влияние цифровой экономики на диверсификацию региональных потенциалов	393
Никоноров С.М., Никонорова С.Ю., Мочалов Д.С., Асарова А., Дмитриев Б., Нагорный П.И. Развитие арктического туризма в России: миф или реальность?	398
Никанорова А.Д., Почивалова А.С. Создание новых национальных парков в Российской Федерации в рамках национального проекта «Экология»	407
Никанорова А.Д., Шабалина Н.В., Кружалин К.В., Кружалин В.И. Исследование социально-экономических особенностей регионов Большого Золотого кольца как макро-территории развития туризма	415
Никулина О.В. Практическая реализация проектного управления в сфере туризма	420
Оборин М.С. Особенности реализации федеральных целевых программ по развитию экологического туризма Пермского края	426
Овчаренко Н.П., Галенко Е.В., Охотникова М.А. Влияние цифровизации на устойчивое развитие средств размещения	430



Павленко И.Г., Османова Э.У. Классификация мобильных приложений для устойчивого развития территорий в сфере туризма и гостеприимства	440
Павлова М.П. Национальные проекты России: методология управления инновационными территориями	447
Панин А.С. Применение искусственного интеллекта в условиях цифровой экономики в России	452
Петросян С.К., Дегтярев П.А. Большие данные как инструмент преобразований в туристической отрасли	456
Платонов А. П., Кочарский Л. С. Образование курортов на субтропических землях сельских территорий города Сочи	459
Поручаева Т.М., Агазарян Н.В. Энотуризм как перспективное направление в развитии гастрономического туризма	464
Промехина И.М. Оценка влияния производственных затрат и численности сотрудников на результаты работы коллективных средств размещения	472
Пустовойтенко С.И. Определение и систематизация факторов формирования регионального туристского потока, превышающего пропускную ёмкость туристского кластера	480
Ростовцева М.М., Житова Е.Н. Особенности организации оздоровительного тура в Калининградскую область	487
Русских С.В., Тарасенко Е.А., Магомедов И.Р. Текущее состояние и перспективы развития экспорта медицинских услуг в рамках реализации национального проекта «Здравоохранение»	490
Саркисян В.А. Потенциал развития сельского туризма в АПК Краснодарского края	496
Сарян А.А. О стратегическом развитии туризма в рамках национальных проектов	501
Сердюков С.Д. BIG DATA в индустрии туризма	509
Середа Н.Д. Экологический кластер как менеджмент-инструмент в сфере туризма и гостеприимства	518
Сизов А.А., Рукавицын В.Р. Анализ динамики заболеваемости детского населения Курской области онкологическими, гематологическими и иммунными патологиями в контексте реализации национальных проектов	526
Скворцова М.А. Развитие системы подготовки кадров со средним профессиональным образованием для туристской отрасли в рамках федеральных и национальных проектов	530
Слепченко В.А. Региональный потенциал развития зелёного туризма	536

Солдаткина О.В., Федотова А.Ю. Гастрономический туризм как перспективное направление экономического развития Оренбургской области	539.
Сотова Л.В., Завьялова Д.Д. Туристские продукты Самарканда	545
Степанько Н.Г. Экологический фактор развития туризма на прибрежных территориях российского Дальнего Востока	551
Суранова О.А. Современные подходы к типологии регионов Российской Федерации по уровню развития средств размещения туристов	559
Сухарев О.С. Национальные проекты и замещение импорта	566
Сыркова И.С. Социальные сети как инструмент развития бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства	575
Тютюнова А.М., Мельничук А.А. Влияние развития туризма на реализацию национального проекта «Культура»	578
Удалых С.К. Реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и проблемы стратегической сбалансированности российской экономики	582
Фаязов Э.Р. Федеральный проект «Спорт – норма жизни»: исследование вовлеченности уфимцев в занятия физкультурой и спортом	590
Ходаковская О.П. Региональный рынок туризма: развитие конкуренции и цифровизации	594
Чуваткин П.П., Горбатова А.А. Интеграция национальных проектов Российской Федерации	602
Чуйков О.Е. Проблемы развития медицинского туризма в России в контексте реализации национального проекта «Здравоохранение»	607
Чхутияшвили Л.В., Чхутияшвили Н.В. Поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и индустрии гостеприимства в условиях санкций	613
Шабалина Н.В., Кружалин В.И., Никанорова А.Д., Кудакеев А.Я. Научно-методические подходы к проведению туристско-рекреационной экспертизы (пример Западного побережья полуострова Крым)	616
Шахматова С.А. Меры государственной поддержки в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»	623
Щурова Т.В. Модернизация систем ливневой канализации в рамках национального проекта «Экология»	627
Юсупова И.В., Селезнев Д.К. О реализации госпрограммы «Развитие сферы туризма и гостеприимства в республике Татарстан» (на примере республики Татарстан)	631
Юсупова И.В., Селезнев Д.К. Региональные аспекты реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (на примере республики Татарстан)	639



ВВЕДЕНИЕ

Международная научно-практическая конференция «Туризм и национальные проекты Российской Федерации» (далее – *Конференция*) проходила с 3 октября по 6 октября 2022 г. в г. Сочи на базе Федерального исследовательского центра «Субтропический научный центр Российской академии наук» (далее – ФИЦ СНЦ РАН) в рамках мероприятий, посвященных празднованию 300-летию Российской академии наук.

Цель Конференции заключалась в обмене мнениями специалистов по усилению синергетического эффекта от туризма и индустрии гостеприимства в реализации национальных проектов, направленных на достижение национальных целей развития Российской Федерации.

В работе *Конференции* приняло участие 128 человек, среди которых представители институтов отделения общественных наук РАН, высших учебных заведений, региональных и местных органов управления, география которых охватывает практически все регионы России, а также страны СНГ, Новой Зеландии и ЮАР. Было подано 106 докладов, из которых заслушано 86.

Работа *Конференции* проходила по следующим направлениям (секциям):

1. Проблемы интеграции национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства», «Демография», «Здравоохранение», «Образование», «Культура», «Наука и университеты».
2. Цифровая экономика и сквозные IT-технологии в сфере туризма и индустрии гостеприимства.
3. Экологические аспекты реализации национальных проектов.
4. Проблемы пространственного развития туризма.

Участники конференции в своих выступлениях и докладах обратили внимание на актуальность следующих направлений научных исследований в контексте развития туризма и рекреации в Российской Федерации:

С целью усиления интеграции национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства», «Демография», «Здравоохранение», «Образование», «Культура», «Экология», «Наука и университеты» дополнить паспорта национальных проектов целевыми показателями, находящимися на пересечении туризма и других национальных проектов, в частности: включить в паспорта национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства» и «Здравоохранение» целевые показатели, отражающие профилактику заболеваний и реабилитацию граждан с использованием санаторно-курортных ресурсов; включить в паспорта национальных проектов «Туризм и индустрия

гостеприимства», «Образование» и «Наука и университеты» целевые показатели, отражающие возможность организации студенческих обменов и образовательных туров для обучающихся с привлечением разнообразных туристских ресурсов; включить в состав социальных налоговых вычетов на лечение расходы на приобретение путёвок в санаторно-курортные организации; на обучение – расходы на приобретение специализированных образовательных туров (в том числе студенческих поездок по обмену);

Совершенствовать институциональный механизм стимулирования спроса на внутренний туристский продукт, предполагающий привлечение средств федерального, регионального, муниципальных бюджетов, а также финансовых средств предприятий и организаций, путём предоставления налоговых льгот и финансовых преференций, туристским продуктам, направленным на достижение лечебно-оздоровительных, культурно-образовательных и духовно-нравственных целей развития общества.

Обеспечить сохранность и целевое использование бальнеологических ресурсов Российской Федерации для оздоровления населения, сохранения материально-технической базы бальнеологических комплексов и лечебниц, предназначенных для эксплуатации лечебных ресурсов в санаторно-курортной и оздоровительной деятельности.

Исследовать экологические и климатические риски реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», роль туризма в обеспечении эколого-экономической безопасности национального и регионального развития, теоретические и практические проблемы формирования и применения взаимоувязанной системы экологических индикаторов реализации национальных проектов, программ и планов устойчивого социально-экономического развития.

Предусмотреть создание единой цифровой платформы туристских продуктов РФ, обеспечивающей возможность получения информации, реализации и мониторинга качества туристских услуг на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Участники Конференции выражают уверенность, что состоявшийся обмен мнениями по актуальным научным проблемам послужит конструктивной основой для дальнейшего развития рекреации и туризма в России, отмечают разнообразие, глубину и масштабность научных исследований в сфере туризма, осуществляемых ФИЦ СШЦ РАН совместно с институтами отделения общественных наук Российской академии наук, а также высшими учебными заведениями Министерства образования и науки Российской Федерации.



INTEGRATED RESOURCE MANAGEMENT APPLICATIONS IN PRIVATELY OWNED NATURE RESERVES IN SOUTH AFRICA (WESTERN CAPE REGIONS)

Annandale Johannes Mattias,

*Tai Poutini Polytech Industry Training Institute,
Senior Lecturer (Extractives and civil),
92 Ascot Road, Mangere, Auckland, New Zealand,
+64 274555968, theo.annandale@imh.co.nz*

Stephan Du Toit

(M.Sc Pri.Sci.Nat.)

*Specialist: Environmental Protection
Mogale City Local Municipality
PO Box 94, Krugersdorp, 1740, Mogale, Republic of South Africa,
+27-83-306-3441, stephant@mogalecity.gov.za*

Gorbunova Tatiana Lvovna

*Branch of Institute of Natural
and Technical Systems in Sochi, Researcher,
99/18 Kurortniy Ave., 354023, Sochi, Russian Federation,
+7 988 284 1570, tatianashaw@mail.ru*

Involvement of private land in biodiversity conservation is becoming increasingly significant in the world practice. This paper is dedicated to analysis of various strategies applied in Republic of South Africa for private land conservation under the state management. As a result of reformation process of the National Environmental Management policies and accepting the Protected Areas Act 2003, involvement the private and communal land into conservation framework, promoting the sustainable use of protected areas for the benefit of all and promoting the participation of local communities were emphasised. Taken in the practice the Management approach in the SANpark stable has been firmly placed in the Adaptive Management approach, which includes recognition that adaption occurs through a 6-Sigma process of 'plan-do-review-act'. Also, the key adaptive management models, adopted within the framework includes improvement of the private protected area's financial sustainability. The CapeNature project viewed as an example of practical systems implementation has provided working in partnership between private landowners, communities, agricultural businesses and other stakeholders to ensure biodiversity survives.

Keywords: protected areas management, integrated resource management, nature reserves, private landowners, communities, financial model, sustainable use.

Introduction.

With parks and protected areas insufficient to sustain global biodiversity, the role of private land in biodiversity conservation is becoming increasingly significant. This article discusses voluntary and involuntary strategies for private land conservation under the government run national state policy.

The concept of privately owned protected areas have been used for decades in South Africa as a valuable tool for conserving the nation's natural and cultural heritage. Currently, approximately 6 per cent of the terrestrial environment and 20 per cent of the marine environment is incorporated in over 400 terrestrial and 23 marine protected areas. Notwithstanding its protracted and extensive use, numerous flaws were identified in the legal framework that provided for the identification, declaration and management of the majority of these areas. These flaws significantly undermined the effective functioning of South Africa's protected areas regime.

To overcome these challenges, the South African government overhauled the country's national conservation regime towards the beginning of 2003. One of the laws to emerge from this reform process was the National Environmental Management: Protected Areas Act 2003. Its objectives include providing a national framework for the declaration and management of protected areas, entrenching cooperative governance, integrating protected areas within broader national planning instruments, providing for a representative network of protected areas on state, private and communal land, promoting the sustainable utilization of protected areas for the benefit of the people and promoting local community participation in the management of protected areas [1].

The New Approach. The Protected Areas Act embodies a significant shift in approach towards the regulation of protected areas. The government is appointed as the trustee of the nation's protected areas and the Act's objectives reflect a clear attempt to overcome the challenges discussed above. These objectives include prescribing a national framework for the declaration and management of protected areas, providing for cooperative governance, entrenching a national system of protected areas as part of a broader strategy to manage and conserve biodiversity, entrenching a representative network of protected areas on state, private and communal land, promoting the sustainable use of protected areas for the benefit of all and promoting the participation of local communities. The Protected Areas Act contains a diverse array of provisions for achieving these objectives and can be firmly placed within the parameters of an Integrated Management of resources approach [2].

The Protected Areas Act provides for the proclamation of protected areas to facilitate the conservation of both biological resources (species,



habitats and ecosystem-related conservation, and the specific site values conservation) and cultural values.

The ambit of the Act is also exceptionally broad regarding the forms of land that can be incorporated within protected areas. The Act specifically recognizes that its objects can only be achieved if it is implemented in partnership with the people, 41 an essential element in the South African context where 84 per cent of land is privately owned.

The array of entities that can be appointed include "suitable persons, organizations and organs of state". Accordingly, provision is made to delegate the responsibility of managing these areas to private and communal land-owners, community organizations, non-government organizations, commercial entities and government authorities. The one exception to this general rule is that SANParks must be appointed as the management authority for all national parks, which also have discretion to contract others to assist them in fulfilling their management functions.

Management Regimes. One of the most significant reforms introduced by the Protected Areas Act is the prescription of a comprehensive management framework for protected areas. As mentioned above, once a protected area is constituted, the Minister or relevant provincial MEC (Member of the Executive council) must assign its management to a management authority. The range of authorities to whom such assignment can be made is broadly defined to include "suitable persons, organizations and organs of state", thereby ensuring that management responsibilities can be devolved. Where private land is involved, the consent of the owner is generally required prior to the management authority being appointed.

A management authority is required to prepare and submit a comprehensive management plan to the Minister or relevant provincial MEC for approval within 12 months of its being established. Public consultation with the relevant municipalities, organs of state, local communities and interested parties must precede submission. The object of the management plan is to ensure the protection, conservation and management of the protected area. The protected area must be managed in accordance with the management plan, which must include planning measures, controls and performance criteria, programmes for the implementation of the plan and its costing, procedures for public participation and the implementation of community-based natural resource management where appropriate. Discretionary content includes provisions aimed at developing economic opportunities within and adjacent to the protected area. Additional issues which must be considered in preparing management plans are contained in the Protected Areas Regulations 2005.

Natural Resource Management. The Protected Areas Act recognizes the need to shift away from the traditional exclusionary approach towards a

more human-centred approach to conservation. Where private land is incorporated within a protected area, issues of access, use and benefit sharing will largely be regulated by the written agreements providing for the land's incorporation. In many instances, however, individuals and local communities situated on land adjacent to or earmarked for incorporation in a protected area are not its owners and could be significantly prejudiced by its incorporation within a protected area. The Protected Areas Act fortunately prescribes an array of additional mechanisms to cater for these circumstances.

Firstly, the range of persons and organizations that can be appointed as management authorities is exceptionally broad and includes local communities, and communal and private landowners residing within or adjacent to the protected area.

Secondly, if a third party is appointed as the management authority, provision is made for the conclusion of co-management agreements with local communities or individuals. They can also provide for the apportionment of income generated from the management of the area or benefit sharing between the parties, the use of biological resources, access, occupation and the development of economic opportunities within and adjacent to the area.

Thirdly, management plans must contain procedures for public participation, including participation of the owner, any local authority or other interested party, and, where appropriate, provision for the implementation of community-based resource management.

Finally, provision is made for the management authorities of certain protected areas to enter into written agreements with local communities.

No provision is made for similar agreements for special nature reserves and protected environments to regulate their use of biological resources in a sustainable manner.

Also, no similar formalities have unfortunately been prescribed in relation to other types of protected areas. As with many provisions contained in the Protected Areas Act, practical implementation of the Act's provisions aimed at facilitating community-based natural resource management is in its infancy and cumulatively, they theoretically provide many mechanisms to facilitate public participation in the management of protected areas, the sustainable use of resources within them and the sharing of benefits derived from such use.

A final potential constraint to their success is a lack of awareness regarding the nature, availability and virtues of the above mechanisms amongst the relevant conservation authorities and local authorities [3].

Natural resource management issues are inherently complex. They involve the ecological cycles, hydrological cycles, climate, animals, plants and geography, etc. All these are dynamic and inter-related. In addition to the natural systems, natural resource management also must manage various



stakeholders and their interests, policies, politics, geographical boundaries, economic implications and the list goes on. It is a very difficult to satisfy all aspects at the same time. The various approaches applied to natural resource management include: command and control, community-based natural resource management, adaptive management, precautionary approach, integrated natural resource management [4].

The Management approach in the SANpark stable has been firmly placed in the Adaptive Management approach. This approach includes recognition that adaption occurs through a process of 'plan-do-review-act'. It also recognises seven key components that should be considered for quality natural resource management practice: determination of scale, knowledge and information management, monitoring and evaluation, risk management, community engagement, opportunities for collaboration [5, p. 6].

Integrated Natural Resource Management. Integrated natural resource management (INRM) is a process of managing natural resources in a systematic way, which includes multiple aspects of natural resource use (biophysical, socio-political, and economic) meet production goals of producers and other direct users (e.g., food security, profitability, risk aversion) as well as goals of the wider community (e.g., poverty alleviation, welfare of future generations, environmental conservation). INRM is being used extensively and been successful in regional and community based natural management. Environmental resource management tries to identify factors affected by conflicts that rise between meeting needs and protecting resources. It is thus linked to environmental protection, sustainability and integrated landscape management.) is therefore firmly entrenched by the application of the above management strategies. This principle of SAM (Strategic adaptive Management) therefore leaves ample room for SANparks to enter the various arrangements with private landowners to ensure that the legacy of the unique South African Environment is protected [7].

Protected Areas Concessions. One of the key adaptive management models, adopted particularly by SANParks to improve the financial sustainability of South Africa's national parks, is to enter into concession agreements with private commercial entities to operate certain components of the tourist infrastructure situated within protected areas. Owing to the success of this financial model within national parks, various provincial authorities are now consulting SANParks with a view to adopting similar concessionary agreements in provincially administered protected areas.

The government could attempt to enable protected areas to become financially self-sufficient and even income-generating. Surplus funds could in theory be spent on land acquisition and management. The Protected Areas Act has expressly recognized the need to allow development and the sustainable

use of natural resources within protected areas and has prescribed necessary mechanisms to facilitate and regulate these activities [8].

The Western Cape conservation stewardship. The Western Cape's landowners play an important role in the conservation of the county's natural heritage. CapeNature works in partnership with private landowners, communities, agricultural businesses and other stakeholders to ensure biodiversity survives in a changing climate outside protected areas with tangible benefits to the local communities and shareholders. CapeNature undertakes to support this management by providing advice, management plans and assistance in planning invasive alien species clearing and fire management schedules. It also allows for the private landowner to benefit more from the biodiversity through ecologically sensitive income-generating avenues such as eco-tourism or green labelling of agricultural produce.

Landowners assist in achieving the provincial and national conservation targets for threatened species and ecosystems. Better management of natural resources contributes towards securing the future for society, through improved water quality and production in catchments, reduced erosion and flooding. By becoming involved in conservation on privately owned land, owners have access to support and advice from dedicated CapeNature staff. In addition, the landowner's income base can be diversified through ecotourism and conservation associated opportunities [9].

The four stewardship options that CapeNature promotes include:

1) Contract Nature Reserves – the legally recognized contracts or servitudes on private land to protect biodiversity in the long term.

2) Biodiversity Agreements are negotiated legal agreements between the conservation agency and a landowner for conserving biodiversity in the medium term.

3) Protected Environments – legally recognised contracts resulting in formally Protected Areas.

4) Conservation Areas are flexible options with no defined period of commitment (includes conservancies).

Conclusion.

Protected Areas Act 2003, introduced as an initiative of South African government to provide a national framework for efficient management of protected areas, represents a tool for creating a network to govern the protected areas located within both, private and communal land, according to the Integrated Natural Resource Management principles and promote the sustainable utilization of protected areas for the benefit of the people and local communities. The Protected Areas Act provides for the proclamation of protected areas to facilitate the conservation of both biological resources and cultural values. Although practical implementation of the Act's provisions is



in its infancy and has to be developed to cover the necessary ecological and social needs, the sustainable use of resources within them and the sharing of benefits derived from such use.

One of the key adaptive management models, adopted within the framework, to improve the financial sustainability of South Africa's national parks, is to enter into concession agreements with private commercial entities to operate certain components of the tourist infrastructure situated within protected areas. The Western Cape's community management, CapeNature, is an example of practical implementation of the system, which works in partnership between private landowners, communities, agricultural businesses and other stakeholders to ensure biodiversity survives in a changing climate outside protected areas with tangible benefits to the local communities and shareholders.

References

1. Chevallier R. The State of Community-Based Natural Resource Management In Southern Africa: Assessing Progress And Looking Ahead. The South African Institute of International Affairs (SAIA) Occasional Paper 240. 2016. Johannesburg: University of the Witwatersrand. – URL: <https://saiia.org.za/research/the-state-of-community-based-natural-resource-management-in-southern-africa-assessing-progress-and-looking-ahead>.
2. Shumba T., De Vosd A., Biggs R., Esler K.J., Judith M. Amente J.M., Clements H.S. Effectiveness of private land conservation areas in maintaining natural land cover and biodiversity intactness. *Global Ecology and Conservation*. – 2020. – Vol. 22. – June 2020. DOI: 10.1016/j.gecco.2020.e00935.
3. Cloete D., Katerere Y., Noble G., Nyamapfene K., Posnik S., Pouplier P., Scholes B., Short R. White Paper on Environmental Management Policy. Department of Environment Affairs and Tourism. – July 1997. – P. 1-68. Free access: https://www.environment.gov.za/sites/default/files/legislations/environmental_management_0.pdf. (Retrieved 07.06.2022)
4. Douthwaite B., Ekboir J. M., Twomlow S., Keatinge J.D.H. The Concept of Integrated Natural Resource Management (INRM) and Implications for Developing Evaluation Methods. CAB International, Wallingford. – England. – 2004. P. 321-340. Free access: <http://boru.pbworks.com/w/page/13774891/Boru%20Douthwaite>. (Retrieved 12.07.2022).
5. Roux D.J. & Foxcroft L.C. The development and application of strategic adaptive management within South African National Parks. *Koedoe*. – 2011. – 53(2), Art. #1049. – P. 5 DOI: 10.4102/koedoe.v53i2.1049.
6. Gorbunova T.L., Matova N.I., Annandale J. M., Du Toit J. S. Quantitative assessment methods for integrated water resources management. *Proceedings of the IV International Scientific Conference, dedicated to the memory of Alexander Tatarkin. Series: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. Chelyabinsk, 2020. – P. 486-49.
7. Weston D., Goga S. Natural Resource Governance Systems in South Africa. *Water Research Commission*. 2016. P. 1-140. Free access: <http://www.wrc.org.za/wp-content/uploads/mdocs/2161-1-17.pdf>. (Retrieved 15.06.2022).
8. De Vos Hayley A., Clements S., Biggs, D., Cumming G.S. The dynamics of proclaimed privately protected areas in South Africa over 83 years. *Conservation letters, a journal for the Society of Biology*. – 2018. – P. 1-10. Free access: <https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/conl.12644>.
9. Fourie A., Muller K. Innovations in Governance for Biodiversity Conservation: the case of the conservation stewardship programme, Western Cape. *Sun Scholar research depository*. 2011. – P. 1-16. Free access: <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/14778>. (Retrieved 10.07.2022).

УДК 338.48

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ В ЧАСТНЫХ ПРИРОДНЫХ ЗАПОВЕДНИКАХ ЮЖНОЙ АФРИКИ (территории западного мыса)

Аннандэйл Джоханнес Маттиас,
*Тай Поутини промышленный политехнический институт,
Старший Преподаватель (Добыча полезных ископаемых
и гражданский инжиниринг),
Ул. Аскот 92, Мэнгере, Окленд, Новая Зеландия*

Стефан Дю Тойт
*(Мастер в естественных науках)
Специалист по охране окружающей среды,
Локальный Муниципалитет г.Могаль
PO Box 94, Крюгесдорп, 1740, Могаль,
Южно-Африканская Республика*

Горбунова Татьяна Львовна
*Филиал института природно-технических систем
научный сотрудник
Курортный пр. 99/18., 354023, Сочи, Россия*

Включение частных земель в сохранении биоразнообразия приобретает всё большую значимость в мировой практике. Данная статья посвящена анализу различных стратегий, применяемых в Южно-Африканской Республике для сохранения природных ресурсов на частных землях под управлением государства. В результате процесса реформирования национальной политики управления окружающей средой и принятия закона об охраняемых территориях 2003 года особое внимание уделено вовлечению частных и общественных земель в природоохранную практику, поощрению устойчивого использования охраняемых территорий на благо всех и участию в этих аспектах местных сообществ. Применяемый на практике подход к управлению в организации SANpark прочно связан с адаптивным подходом к управлению природными ресурсами, включающим признание того, что адаптация происходит через процесс методологии 6 сигм 'планируй-делай-анализируй-действуй'. Кроме того, ключевые адаптивные модели управления, принятые в рамках программы, включают повышение финансовой устойчивости частной охраняемой территории. Проект CapeNature, рассматриваемый как пример практического внедрения систем, предусматривает работу в партнерстве между частными землевладельцами, общинами, сельскохозяйственными предприятиями и другими заинтересованными сторонами для обеспечения сохранения биоразнообразия.

Ключевые слова: управление охраняемыми территориями, комплексное управление ресурсами, природные заповедники, частные землевладельцы, сообщества, финансовая модель, устойчивое использование.



UDC 338.48

OPOTIKI HARBOUR DEVELOPMENT PROJECT: IMPACTS AND CONTRIBUTORS

Annandale Johannes Mattias,
*Tai Poutini Polytech Industry Training Institute,
Senior Lecturer (Extractives and civil),
92 Ascot Road, Mangere,
Auckland, New Zealand,
+64 274555968,
theo.annandale@imh.co.nz*

Warbrick Maurice,
*Tai Poutini Polytech Industry Training Institute,
Graduate (Extractives and civil),
Quarry Manager at the Omataroa Quarry,
Whakatane district, New Zealand.
92 Ascot Road, Mangere*

Grey Jeremy (Llew),
*Student and research assistant (Extractives and civil),
Tai Poutini Polytech Industry Training Institute,
Quarry manager and the owner of
Manawahe Stone and Quarries,
92 Ascot Road, Mangere*

The article is dedicated to the New Zealand's national Opotiki Harbor project's opportunities overview and analysis of two contributing approaches to the natural resources management within the described event, Māori and European New Zealanders (Pakehas). It is revealed that the Opotiki harbour development has the potential to significantly transform the Opotiki district from both an economic and social perspective mainly through advancing such fields as primary production and tourism. Using two examples of extraction sites management running successfully according to the different approaches, the benefits and possibilities of their mutual integration within the project were discussed in the paper. Collaboration between the Māori and Pakehas, although appear contradicting, may lead to both - an effective natural resources management with commercial profit and sustainability, including four significant components: people, planet, purpose, and profit.

Keywords: New Zealand, region development project, primary production, tourism, conservation, Māori, tikanga.

Introduction

The district of Opotiki is located in the Bay of Plenty region on the northeast end of the North Island of New Zealand. It is made up of an

area of 3,105 square kilometres, accounting for around 25 per cent of the total land mass of the Bay of Plenty region. It is the second biggest district in the region, second only to Whakatane (4,442 square kilometres). Currently several restrictions exist on boats entering and exiting Opotiki harbour. Because of the existence of a bar, only boats drawing less than approximately 0.5 metres can enter and exit the harbour and the entry/exit channel is generally inoperable two hours either side of the low tide. In addition, there are approximately 73 days per year or 20 per cent of the days of the year – when weather or bar conditions prevent use of the channel. Further restrictions on usage are also generated by weather – i.e., when poor weather makes usage of the channel hazardous.

An analysis of demand for the harbour has been undertaken using surveys and other stakeholder consultation. Demand for the harbour development may come from four main sources: recreational boaters, charter boat operators, commercial fishing operators, mussel farm operators.

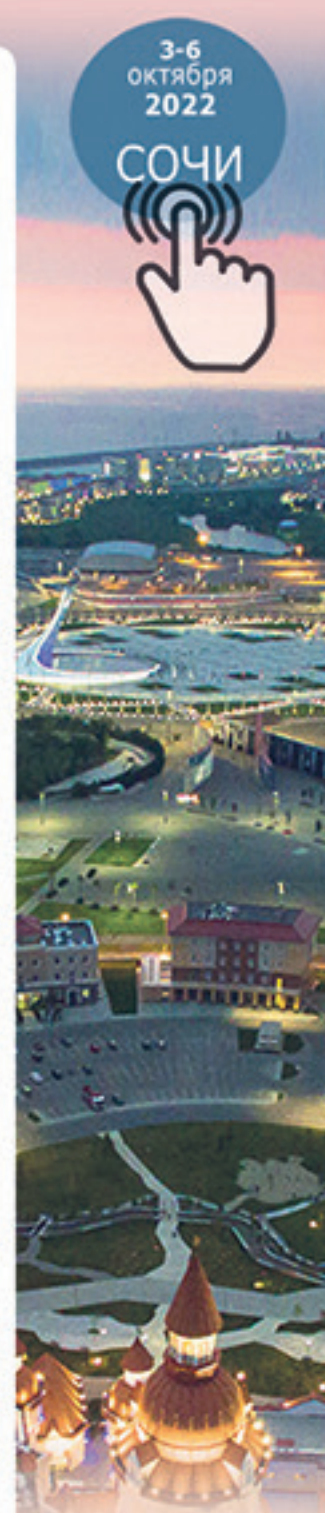
The Opotiki harbour development has the potential to significantly transform the Opotiki district from both an economic and social perspective and markedly improve Opotiki's performance on the Index of Deprivation. Based on the analysis undertaken in the research, the construction of an all-weather channel to provide continuous, safe access to Opotiki's harbour will only be achieved, economically feasible, if the development of the harbour attracts major marine industries – such as mussel farming and processing - to the Opotiki district. In the best case the scenario, the attraction of charter/fishing vessels, the mussel farm and the processing plant is predicted to transform Opotiki in the following ways:

- unemployment will be reduced, and population growth will be encouraged;
- Opotiki's performance on the Deprivation Index will improve considerably;
- some of the social problems will be reduced;

Opotiki Harbour Development Social and Economic Evaluation.

Tourism. The attraction of charter operators into the Opotiki district may result in an increase in tourism visitation. An increase in tourism in the Opotiki area will have benefits for the harbour development economic feasibility and generates flow on impacts for other businesses and community groups in the area.

Mussel Farming. The mussel farming industry in New Zealand has typically been concentrated in the Marlborough Sounds area on the South Island. There has been some concern about the scale and density of operations in this area, which has led to the industry investigating alternative areas for offshore mussel farming. Investigations are ongoing whether to estab-



lish a mussel farm approximately three to six kilometres off the Opotiki coastline which caters for spat catching and an on-growing marine farm. The farm will most likely be in exposed open ocean conditions in depths ranging between 30 and 50 metres. The proposed mussel farm is a joint venture between the Whakatohea Māori Trust Board, Tasman Mussels Limited, which includes Sealord Shellfish Limited, and New Zealand Seafarms Limited. The development generally has support from the local community, particularly for its effects on employment. The proposal includes development of mussel's farms and mussels processing plants and the associated maintenance facilities.

Other Commercial Opportunities. With the establishment of a safe, all-weather harbour, other commercial opportunities may develop in the Opotiki region, using the Opotiki Harbour as the base for operations. These opportunities may include offshore fish farming, barging of forestry and other products, commercial fishing opportunities [1].

Development project. The development project's main objective is to create a useable harbour entrance in Opotiki Township, and a commercially viable level of access to marine vessels servicing a proposed offshore aquaculture development project. The new harbour at Opotiki is designed to be a marine place of safety that can support the operation of national-scale marine farming (Pic.1). The key components and scope that make it up are:

A pair of engineered sea walls that provide sheltered access to the river mouth. The two, 500m-long training walls, 120m apart, will be providing a channel width of at least 60m navigable in wave heights of up to 2m.

A dredged channel to enable commercial vessels to use the facility in most sea and tide conditions, which will better-manage the river flows and allow for adjacent residential development.

A commercial boat harbour within a commercially-zoned processing area, serviced by appropriate road, water, sewerage and power infrastructure

A public wharf that will provide servicing for recreational vessels, and provision for future development of a public marina, as well as the key infrastructure improvements (an intersection upgrades, three waters enhancements and power reticulation).

A new river entrance 400m east of existing entrance [2].



Picture 1 – Conceptual image of Opotiki harbour training structures

Contributing Quarries. NZ economy and its parts, such as primary production, tourism and conservation, is based on two absolutely different and even sometime conflicting approaches: Maori and European cultures of resource management and relationships of the both groups to the environment, world, social and economical aspects. At the moment both approaches have their impact on the development of any national project of the country, including the Opotiki harbor project. This is supported by the legislations and the Resours Management act 1991 (and etc) [3].

It is reflected on the development of the main industries of the country and management practices related to the mining, land ownership, nature protection and concervation [4].

This research is conducted in understanding and combination of both philosophies of the business activity, which together construct the foundation for the country's development, could use the benefits of the integral approach to its resources, including mineral valuables, water and land, biodiversity and cultural variability. Therefore, we present and compare in this paper two quarry projects, which run by people of both cultural sides: Maori and New Zealan European (Pakeha). Both of them are the students of the Institute and already manage te mining site with their social and environmental aspects.

Quarry 1. Being a quarry owned and operated by a Māori trust that has deep cultural roots in the community. Omataroa Rangitaiki No 2 Trust is a Ngāti Awa Ahu Whenua Trust based in the Eastern Bay of Plenty, Aotearoa. The Trust was established by an order of the Māori Land Court on 10 April 1970. The Trust has a total of 2,322,500 shares with approximately 10,950 owners.



The quarry is located South of Lake Matahina and extracts Matahina formation ignimbrites as the primary resource. The quarry is managed by the appointed Quarry Manager in the Whanganui area of New Zealand. The quarry supplies the material to several large infrastructure projects, including the Opotiki harbour project and employs 5 workers including several sub-contractors as well as suite of heavy machinery (pic.2).

Māori businesses operate by a number of values that sets them apart, because of the way profit is perceived. Being financially viable must be balanced with the social, cultural, and environmental aspirations of the key stakeholders. Profit is thus based on what is truly of value to Māori, and perhaps most people: people, planet, purpose, and profit.



Picture 2 – The quarry location

The values which govern the four 'p's (people, planet, purpose, and profit) in business, are derived from tikanga. Tikanga is a term used to refer to the ethical framework of Māori society and it underpins the customs, systems, and processes of Māori society and organisations. It is the foundation on which reasoning, behaviour, decision-making, design-thinking, and action are based. This can be seen in the collective approach that is encapsulated in the Trust that is owned by the trust [5].

Quarry 2. The quarry is named Manawahe Stone and Quarries and extracts Andesite which was deposited during a volcanic event from the lake Taupo caldera approximately 750 000 years ago. This quarry is owned and managed by the appointed manager and employs 12 competent operators of heavy machinery and supplies the Opotiki harbour project as one of their clients. Manawahe Quarry (Pic. 3) is established on an agricultural farm that primarily focusses on sheep husbanding as the primary activity. The farm,

Ywari farms limited, is a duly registered company that has two registered directors and has been operating for 20 years.

Māori attitude to land is profoundly different from that of the Pakeha. Although Pakeha culture allows and contains a wide diversity of opinion, none of this spectrum of thought matches that of the Māori. Pakehas come from a completely different spiritual, historical and economic base from the Māori and as such are bound to have different attitudes to land.



Picture 3 – Manawahe Quarry Development

By and large, in relating to land the Pakeha is concerned with prospect. At one extreme the prospect of economic return, and at the other the prospect of scenic beauty. Although in many cases these are competing land uses, both are concerned with advancing man's condition - the one physically the other psychologically. There is an element of neo-animism inherent in Pakeha thinking, but generally this is ill defined, erratically held and frequently more subconscious than conscious.

In the western world land is largely viewed with pecuniary eyes: a commodity to be owned and a resource to be used. So, when the Pakeha address land, they are considering its surface and its cover. If they own the land, they are also considering its ability to fulfil their requirements. The concept of ownership is so intertwined with the notion of land that it has been suggested that without ownership land is a meaningless concept. This concept can be clearly identified in the ownership of Quarry two [6].

Conclusion.

Despite years of investment by many services and agencies, and significant effort by the local community, Ōpōtiki continues to feature at the wrong end of all social statistics. The region has high levels of deprivation, low household incomes, lower than average educational and health outcomes, and a history of pernicious welfare dependency linked to a lack of opportunities. The contrast between the social and economic outcomes in the Eastern Bay of Plenty and the rest of New Zealand is stark.



One of the recognised operational and quantificational benefits are to ensure that materials are sourced locally. This will ensure that the project will alleviate the lack of opportunities, identified as one of the socio-economically driven outcomes. The construction and armouring of the sea walls for the harbour requires high-grade rock that can endure the static construction loads and dynamic wave action loads. The business case noted the significant transport cost of bringing suitable rock from quarries located outside the region. The need for high quality rock for the sea walls has led to the identification of suitable quarries locally. The opening of new quarries will produce regional benefits long after the seawalls are complete by avoiding the cost of transporting metal and rock from outside the region.

Significant value for the region's future development, as the authors believe, is placed on the application of both Māori Pakehas approaches to the natural resources management regarding the proposed national project. An integration between these, sometimes contradicting, philosophies will lead not only to an effective land and resources govern and commercial benefits for the individuals and society, but also to balance of the main goals: people, planet, purpose, and profit.

References

1. Opotiki District Council. Opotiki Harbour Development Social and Economic Evaluation. O:\FINANCE & ECONOMICS\REPORTS\OPOTIKI REPORT\OPOTIKI_DEVELOPMENT_FINAL.DOC\29-JUN-05. – 2005. – 97 p. Free access: <https://www.mcguinnessinstitute.org/wp-content/uploads/2021/12/2005-Opotiki-Development-Social-and-Economic-Evaluation-URS.pdf>. (Retrieved 25.07.2022)
2. Opotiki District Council. Ōpōtiki Harbour Transformation Project, Workstream 15: Supporting Innovation Summary Report of Opportunity Assessment and Expert Review Findings. 2017. – 6 p. Free access: <https://www.odc.govt.nz/repository/libraries/id:2bpcqtp1b1cxby3k9b0b/hierarchy/sitecollectiondocuments/our-council/current-projects/opotiki-harbour-development-project/reports/supporting-innovation-workstream-reports/2017%20-%20Opportunity%20assessment%20summary%20report.pdf> (Retrieved 25.07.2022)
3. Annandale J.M., Gorbunova T.L. Environmental management on a mineral extraction site in New Zealand. В сборнике: Системный подход к рациональному природопользованию регионов России: материалы научно-практической конференции / под ред. С.Н. Цай, Д.Е. Яйли. – 2019. – С. 237-241.
4. Howorth R. New formations of late Pleistocene tephra from the Okataina Volcanic Centre, New Zealand. New Zealand Journal of Geology and Geophysics. – 1975. – Vol. 18(5). – P. 683-712. DOI: 10.1080/00288306.1975.10421569.
5. Grimes A., MacCulloch R., McKay F. Indigenous Belief in a Just World: New Zealand Māori and Other Ethnicities Compared. SSRN Electronic Journal. Motu Working Paper No. 15-14. 2015. – 48 p. DOI: 10.2139/ssrn.2668388
6. Houkamau C.A., Sibley C.G. The role of culture and identity for economic values: a quantitative study of Māori attitudes. Journal of the Royal Society of New Zealand. – 2019. Vol. 49(sup1). – P. 118-136. DOI: 10.1080/03036758.2019.1650782.

УДК 338.48

ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ЗАЛИВА ОПОТИКИ: ПОСЛЕДСТВИЯ И УЧАСТНИКИ

*Аннандэйл Джоханнес Маттиас,
Тай Поутини промышленный политехнический институт,
Старший Преподаватель (Добыча полезных ископаемых
и гражданский инжиниринг),
ул. Аскот 92, Мэнгере, Окленд, Новая Зеландия*

*Уорбрик Морис,
Tai Routini Polytech Industry,
Тай Поутини промышленный политехнический институт,
Студент (Добыча полезных ископаемых и гражданский инжиниринг)
Вакатане, Новая Зеландия*

*Грей (Лу) Джереми
Поутини промышленный политехнический институт,
Студент (Добыча полезных ископаемых и гражданский инжиниринг),
ул. Аскот 92, Мэнгере, Окленд, Новая Зеландия*

Статья посвящена обзору возможностей новозеландского национального проекта «Залив Опотики» и анализу двух подходов к управлению природными ресурсами в рамках описываемого проекта - Маори и европейских новозеландцев (Pakehas). Выявлено, что развитие порта Опотики имеет потенциал для значительного преобразования региона Опотики как с экономической, так и с социальной точки зрения, главным образом за счёт развития таких областей, как первичная промышленность и туризм. Используя два примера успешного управления участками добычи полезных ископаемых в соответствии с этими различными подходами, в работе были обсуждены преимущества и возможности их взаимной интеграции в рамках проекта. Сотрудничество между маори и новозеландскими европейцами, хотя и кажется противоречивым, может привести к повышению эффективности управления природными ресурсами при коммерческом преимуществе и устойчивому развитию, включая четыре важных компонента: люди, планета, цель и прибыль.

Ключевые слова: Новая Зеландия, региональный проект развития, первичная продукция, туризм, сохранение, Маори, тиканга (философия Маори о взаимодействии с природой).



УДК 338.486: 379.85

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

*Аигина Е.В.
старший научный сотрудник кафедры
рекреационной географии и туризма
географического факультета
Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова*

*Кружалин К.В.
кандидат географических наук, доцент
кафедры рекреационной географии и туризма
географического факультета
Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова*

Увеличение туристского потока в регионы СКФО вызывает необходимость исследования и решения возникающих проблем, определения перспектив развития туризма. Наблюдаемый рост использования туристских возможностей всех регионов округа, создание новых туристских продуктов, выделение перспективных видов туризма и приоритетных для развития туризма территорий должны сопровождаться соответствующим развитием туристской инфраструктуры, решением кадровых проблем, мерами государственной поддержки и частной инициативы, а также другими мероприятиями, направленными на устойчивое развитие туристско-рекреационного комплекса Северного Кавказа.

Ключевые слова: внутренний туризм, Северный Кавказ, туристские ресурсы, туристский поток, виды туризма, туристские комплексы, гостеприимство.

В последние два года в связи с пандемией COVID-19 и изменением геополитической ситуации в мире происходит быстрая переориентация российского туристского рынка на развитие внутреннего туризма. Прогнозируется, что в 2022 г. внутрисекторный турпоток может превысить 61,2 млн чел., что почти на 5 млн выше, чем в 2021 г. и на 16 млн выше показателя 2020 г. [1]. При этом, несмотря на имеющиеся значительные и разнообразные ресурсы для развития туризма, многие регионы Российской Федерации столкнулись с рядом проблем, мешающих реализации их туристско-рекреационного потенциала и развитию отвечающей запросам современных туристов индустрии.

Изучение регионов Северного Кавказа имеет особое значение, поскольку в последние годы они активно включились в развитие внутреннего туризма, и теперь являются быстро развивающейся туристской дестинацией. Именно поэтому учебная практика студентов 2 курса кафедры рекреационной географии и туризма в июне 2022 г. проводилась на территории всех семи регионов СКФО.

Традиционно целями выездной учебной практики по рекреационной географии и туризму являются изучение туристско-рекреационного потенциала выбранной территории и комплексная оценка его современной реализации, а также изучение современного состояния и особенностей развития туризма на исследуемой территории.

Задачи практики, помимо закрепления учебных навыков, включают:

- анализ природных, культурно-исторических и социально-экономических ресурсов и условий развития туризма выбранной территории и особенностей их использования для целей рекреации и туризма;
- изучение географии туризма в рамках выбранной территории через анализ туристских потоков, пространственно-функциональных особенностей развития туристских центров и районов различной специализации;
- знакомство с отраслевой структурой и основными видами предприятий туристской индустрии, деятельностью профессиональных отраслевых объединений, органов исполнительной власти и государственного регулирования в сфере туризма.

Проведённые в течение трех недель полевые исследования, дополненные анализом статистических материалов и научных работ по рассматриваемой тематике, позволили сделать некоторые выводы о современных проблемах и перспективах развития туризма в регионах Северо-Кавказского федерального округа.

Как и многие другие регионы нашей страны, регионы Северного Кавказа обладают богатейшими природными и культурно-историческими ресурсами, активное использование которых для целей туризма только начинается. Хотя высочайшие вершины Кавказа, источники Кавказских минеральных вод, традиции гостеприимства народов Кавказа известны и используются в туризме и рекреации давно, список туристских достопримечательностей региона в последние годы существенно расширился. В него вошли Сулакский каньон и Кармадонское ущелье, башенные комплексы Ингушетии и Северной Осетии, озеро Кезеной-Ам и Ирганайское водохранилище, горные аулы Дагестана и древние крепостные сооружения Дербента, новые мечети Аргуна и Грозного и многие другие достопримечательности, особенности и события, число которых с каждым годом растёт.



Стоит отдельно отметить наличие в пределах СКФО большого количества особо охраняемых природных территорий. Здесь расположено пять государственных природных заповедников – Дагестанский, Северо-Осетинский, Эрзи (Республика Ингушетия), Кабардино-Балкарский и также часть Кавказского – и три национальных парка – Приэльбрусье, Алания и Тебердинский. Сохраняет свое исключительно важное значение для развития туризма и рекреации особо охраняемый эколого-курортный регион Кавказские Минеральные Воды, где находится около 130 минеральных источников, на базе которых создан крупнейший в России лечебный кластер.

Большие возможности для развития туризма дает одна из важнейших особенностей населения СКФО – самого многонационального региона России – проживание на его территории десятков народов, обладающих уникальной историей и самобытной культурой. Помимо этого, регионы округа сильно отличаются от других частей страны положительными коэффициентами естественного прироста, высокой долей молодого населения и возникающими проблемами его трудоустройства. Развитие туризма может способствовать решению и этих проблем.

Региональная статистика внутреннего туризма в нашей стране только формируется, поэтому провести полноценные сравнения динамики туристских потоков в регионах СКФО пока трудно. Но по некоторым субъектам такую информацию найти можно. Например, динамика внутреннего туристского потока в Республику Дагестан за последние двадцать лет характеризуется следующими показателями:

2001 г. – 56,8 тыс. чел.;

2011 г. – 226 тыс. чел. [2, с.78];

2021 г. – 1 085 тыс. чел. [3].

По прогнозам, по итогам 2022 г. туристский поток в Республику Дагестан вырастет в 1,5 раза [4].

Самым посещаемым туристами регионом СКФО по итогам 2021 г. стала Карачаево-Черкесия, которая приняла 1 749 тыс. туристов [6], обогнав даже Ставропольский край, который в 2021 г. посетили 1 340 тыс. туристов. Ожидается, что в 2022 г. Ставропольский край превысит уровень допандемийного 2019 г., когда туристский поток составлял 1 650 тыс. [5].

Поток туристов в Кабардино-Балкарию по данным Министерства курортов и туризма республики в 2021 г. достиг 1 086 тыс. чел., существенно превысив допандемийный уровень. По данным правительства Республики Северная Осетия – Алания в 2021 г. республику посетили свыше 330 тыс. чел.

По данным региональной статистики в 2021 г. Чеченскую Республику посетили более 240 тыс. туристов. Республика Ингушетия, как и осталь-

ные регионы Северного Кавказа, в 2021 г. продемонстрировала положительную динамику, но пока отличается наименьшим туристским потоком среди регионов СКФО. По данным правительства в 2021 г. общее количество туристов, посетивших Ингушетию, составило 102,5 тыс. чел.

Таким образом, в настоящее время каждый из регионов Северного Кавказа отмечает активный рост туристского потока. Во многом это объясняется переориентацией потоков на внутренний рынок в результате пандемии и сложной геополитической ситуации, но не только. Интерес туристов к этой части нашей страны действительно существенно вырос, что не могло не отразиться на росте турпотока, который стали поддерживать и российские туроператоры.

Начиная с весны 2022 г., помимо регулярных, на Северный Кавказ туроператорами FUN&SUN и «Интурист» впервые были организованы чартерные рейсы в Грозный и Махачкалу. Чартерная программа в Махачкалу действовала только весной, в течение мая. Продлить ее на летний сезон не позволила нехватка качественного номерного фонда для размещения туристов. Туроператоры допускают, что в принципе чартерные программы в регионы СКФО могут стать и круглогодичными, если для этого будет достаточная база средств размещения для горнолыжного отдыха и экскурсионных программ в зимний период.

Однако быстрые темпы роста туристского потока не подкрепляются соответствующим увеличением числа коллективных средств размещения и их номерного фонда, развитием туристских и сопутствующих услуг, а также увеличением количества занятых в туризме. Большинство проблем, с которыми на нынешнем этапе сталкивается туристская индустрия регионов СКФО, носит системный характер и отражает общие тенденции социально-экономической и политической ситуации в регионе. Серьезные ограничения в развитии туристско-рекреационного комплекса обусловлены существенным отставанием материально-технической базы, всей инфраструктуры от современных требований, низким уровнем сервиса, комфортности и качества туристских и рекреационных услуг [2, с.78].

Принятая распоряжением Правительства Российской Федерации № 369-р от 7 марта 2019 г. «Стратегия развития внутреннего и въездного туризма в СКФО до 2035 года» направлена на увеличение притока туристов и общее развитие туризма в регионах СКФО как способ увеличения его вклада в показатели их социально-экономического развития. В ней отмечено, что развитие сферы туризма в СКФО сдерживается недостаточным уровнем:

- качества и количества объектов туристской инфраструктуры;
- подготовки кадров для туристской индустрии;
- качества оказываемых туристам услуг;
- эффективности межведомственного взаимодействия и предпринимательской кооперации;
- осведомленности российских и иностранных туристов о возможностях туристской индустрии субъектов Российской Федерации, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа [7].

Цели и задачи, поставленные в Стратегии, направлены на решение этих проблем и предусматривают развитие приоритетных и перспективных видов туризма в регионах СКФО в два этапа

I этап – 2019–2024 годы;

II этап – 2025–2035 годы.

На первом этапе планируется развитие активного (в том числе горнолыжного, спортивного и экологического туризма), культурно-познавательного и лечебно-оздоровительного туризма, то есть тех видов, которые уже давно стали визитной карточкой Северного Кавказа и достаточно успешно развиваются в регионах СКФО. При развитии культурно-познавательного туризма будут учтены элементы этнического, гастрономического и активного туризма, позволяющие в большей степени раскрыть потенциал богатейшего культурного наследия регионов СКФО. Развитие лечебно-оздоровительного туризма в рамках Стратегии предполагается осуществить с учетом элементов детского и медицинского туризма.

На втором этапе планируется обеспечить быстрое развитие туризма в регионах СКФО путем создания или модернизации крупных объектов инфраструктуры, что позволит привлечь инвесторов к реализации инфраструктурных проектов на территории регионов СКФО, а также наладить международное сотрудничество.

Здесь также необходимо упомянуть проекты АО «КАВКАЗ.РФ», которое в настоящее время реализует соглашения о создании на территории СКФО особых экономических зон туристско-рекреационного типа, занимается их продвижением на внутреннем и мировом рынках и извлечением прибыли, формированием совместно с органами государственной власти и бизнес-сообществом инвестиционно-привлекательной среды в СКФО, содействуя социально-экономическому развитию макрорегиона [8]. Проекты, находящиеся в управлении Акционерного общества «КАВКАЗ.РФ», включают 6 туристско-рекреационных особых экономических зон, на территории которых реализуются проекты по созданию 7 всесезонных туристско-рекреационных комплексов и одного прибрежного кластера:



- всесезонный горно-рекреационный комплекс Армхи (Республика Ингушетия);
- всесезонный туристско-рекреационный комплекс Мамисон (Республика Северная Осетия – Алания);
- всесезонный туристско-рекреационный комплекс Ведучи (Чеченская Республика);
- всесезонный туристско-рекреационный комплекс Архыз (Карачаево-Черкесская Республика);
- всесезонный туристско-рекреационный комплекс Эльбрус (Кабардино-Балкарская Республика);
- всесезонный горно-рекреационный комплекс Матлас (Республика Дагестан);
- всесезонный горно-рекреационный комплекс Цори (Республика Ингушетия);
- Каспийский прибрежный кластер (Республика Дагестан) [8].

Стоит подчеркнуть, что все реализуемые проекты теперь имеют всесезонный характер и предусматривают развитие не одного, а комплекса видов туризма, хотя первоначально планировались в основном как горнолыжные или лечебно-оздоровительные. В рамках каждой туристской территории могут развиваться как основные, приоритетные виды туризма, так и специфические, перспективные, которые могут быть характерны только для конкретной туристской территории. В ходе учебной практики студенты и преподаватели имели возможность познакомиться с действующими туристскими объектами горно-рекреационного комплекса Матлас.

Помимо необходимости развития туристской инфраструктуры и диверсификации видов туристской деятельности, ключевой проблемой всех регионов СКФО и для всех видов туризма продолжает оставаться кадровая проблема. Это особенно важно, поскольку современное развитие туризма предполагает высокий уровень квалификации кадров, обеспечить который даже при наличии значительных трудовых ресурсов очень непросто. Проблема подготовки кадров усложняется особенностями кавказского менталитета и гостеприимства.

Глава Республики Дагестан С.А. Меликов, выступая на сессии ПМЭФ-2022 подчеркнул, что «в прошлом году Дагестан принял более миллиона туристов в этом году ожидаем полтора миллиона. <...> Мы сегодня не готовы принимать ни миллион, ни полтора миллиона на самом деле. Мы их принимаем, они приезжают, уезжают весьма довольные в большинстве своем, но это не индустрия туризма, это на самом деле только индустрия гостеприимства» [4].



Традиции кавказского гостеприимства хорошо известны, однако, как точно указывает в своем интервью почетный президент Российского союза туриндустрии С.П. Шпилько «существует очень серьезная дистанция между гостеприимством бытовым и профессиональным. Начинается она с очень простого вопроса: а кто в доме хозяин? Если это семейное гостеприимство, хозяином остается, конечно же, глава семьи. В профессиональном гостеприимстве хозяин – твой гость, тот, кто платит тебе деньги» [9]. Проблема взаимоотношений «гость – хозяин» в развитии туризма на Северном Кавказе требует очень деликатного и грамотного решения, позволяющего сохранить, с одной стороны, аутентичность культуры и традиций, а с другой стороны – обеспечить высокие стандарты качества обслуживания, востребованные в современном туризме.

Еще одной серьезной проблемой развития туризма на Северном Кавказе является дефицит информации о туристических возможностях регионов СКФО, который в значительной мере должен преодолеваться активной деятельностью региональных туристско-информационных центров. В ходе практики студентам и преподавателям удалось посетить лишь некоторые из них. Не все ТИЦ одинаково активны в информационном пространстве, некоторые из них не актуализируют информацию для туристов, да и вообще не развивают свои сайты, не публикуют путеводители и иные справочные материалы для туристов, что сокращает возможности для понимания специфики региона.

Рекламное продвижение туризма в регионах СКФО тоже нельзя считать достаточным. Важным акцентом в создании рекламы и продвижении региона является выделение его уникальности, отличий от других территорий округа, в частности, в логотипе или слогане. Хотя постепенно создаются и начинают использоваться туристские бренды отдельных территорий, появляются интересные материалы блогеров, комментарии туристов в социальных сетях и другие суждения, требуется еще много сделать для того, чтобы уникальные по богатству и разнообразию туристские возможности регионов Северного Кавказа были достойно представлены и всесторонне реализованы в процессе развития в нем туризма.

Список литературы:

1. «Чернышенко: внутренний турпоток в 2022 г. превысит 61 млн человек» – Tourdom, 17.05.2022 г. – URL: <https://www.tourdom.ru/news/chernyshenko-vnutrenniy-turpotok-v-2022-godu-prevysit-61-mln-chelovek.html> (дата обращения: 14.09.2022 г.).
2. Адамова Р.А. Изменения туристических направлений в республике Дагестан после введения новой туристической политики // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. 2018. – № 1. – С. 75-81. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmeneniya-turisticheskikh-napravleniy-v-respublike-dagestan-posle-vvedeniya-novoy-turisticheskoy-politiki> (дата обращения: 15.09.2022).

3. Официальный сайт министерства по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан 12.01.2022 г. – URL: <https://dagtourism.com/bolee-odnogo-milliona-turistov-posetili-dagestan-v-2021-godu/> (дата обращения: 15.09.2022).
4. Туризм: новые тренды, новые возможности, новые маршруты. Сетевое издание forumspb 16.06.2022 г. – URL: <https://forumspb.com/news/news/turizm-novye-trendy-novye-vozmozhnosti-novye-marshruty-/> (дата обращения: 14.09.2022).
5. Туристско-информационный центр Ставропольского края. Аналитическая информация. – URL: <https://stavtourism.ru/analiticheskaya-informatsiya/> (дата обращения: 14.09.2022).
6. Официальный сайт Главы и Правительства Карачаево-Черкесской Республики – URL: <https://www.kchr.ru/news/detailed/72674/> (дата обращения: 24.09.2022).
7. Стратегия развития туризма на территории Северо-Кавказского федерального округа до 2035 г. (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 марта 2019 г. № 369-п). – URL: <http://static.government.ru/media/acts/files/1201903150005.pdf> (дата обращения: 24.09.2022).
8. Официальный сайт акционерного общества «КАВКАЗ.РФ». – URL: <https://www.ncgc.ru/company/> (дата обращения: 17.09.2022).
9. Сергей Шпилько: «Популярность республик Северного Кавказа на туристическом рынке растет, и этот момент упустить нельзя». Журнал «Вестник. Северный Кавказ» 28.04.2022. – URL: <https://severnnykavkaz.ru/articles/brendy-severnogo-kavkaza/sergey-shpilko-populyarnost-respublik-severnogo-kavkaza-na-turisticheskoy-rynke-rastet-i-etot-moment/> (дата обращения: 14.09.2022).

© Ангина Е.В., Кружалин Е.В., 2022

УДК 338.465.4

ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ТУРИЗМА И НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЗДРАВООХРАНЕНИЯ»

Айрапетова К.В.

магистр

Сочинского института (филиала)

Российского университета дружбы народов

Агазарян Н.В.

кандидат экономических наук,

заведующий кафедрой «Национальная и мировая

экономика» Сочинского института (филиала)

Российского университета дружбы народов

В статье раскрыты цели и задачи национального проекта «Здравоохранения». Рассмотрена специфика федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг». Освещены проблемы интеграции туризма и национального проекта «Здравоохранение». Проанализированы итоги реализации национального проекта за период 2019–2022 гг.

Ключевые слова: национальный проект, вакцинация, интеграция, проблемы, медицинский туризм, паспорт нацпроекта, кэшбек.

24 декабря 2018 г. по итогам заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам утверждён паспорт национального проекта «Здравоохранение» (далее – нацпроект). Паспорт нацпроекта разработан Министерством здравоохранения России во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и включает в себя восемь федеральных проектов. Срок реализации нацпроекта: с января 2019 г. по 2024 г. (включительно). Ключевыми целями нацпроекта является снижение смертности населения, снижение младенческой смертности, ликвидация кадрового дефицита в медицинских организациях, оказывающих первичную медико-санитарную помощь, обеспечение охвата всех граждан профилактическими медицинскими осмотрами не реже одного раза в год, обеспечение оптимальной доступности для населения медицинских организаций, оказывающих первичную медико-санитарную помощь, упрощение процедуры записи на прием к врачу, увеличение объема экспорта медицинских услуг. Нацпроект направлен на достижение национальных целей: обеспечение устойчивого естественного роста численности населения Российской Федерации и повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет к 2024 г. и до 80 лет к 2030 г. [1].

И уже в первый год реализации нацпроекта «Здравоохранение» отмечаются положительные результаты. Это наглядно продемонстрировала пандемия COVID-19 в России (2019–2021), показав достаточно высокий уровень российского здравоохранения. Реализовано своевременное перепрофилирование и строительство новых стационаров, их оснащение медицинским оборудованием, привлечение необходимых кадровых ресурсов, что позволило обеспечить оказание медицинской помощи при росте заболеваемости. Амбулаторное звено проводило работу по выявлению заболевших, принятию решения о лечении на дому и дальнейшему наблюдению. Всем застрахованным гражданам в системе обязательного медицинского страхования (ОМС) проводили бесплатное тестирование на COVID-19 при наличии показаний, люди получали все виды необходимой медицинской помощи.

Национальным исследовательским центром эпидемиологии и микробиологии разработана вакцина для профилактики коронавирусной инфекции COVID-19 и уже 5 декабря 2020 г. начата вакцинация населения, показавшая положительную динамику в борьбе с инфекцией. Свыше 50 стран мира заинтересовались покупкой у Москвы более чем миллиарда доз препарата «Спутник V».

По утверждению министра здравоохранения РФ М.А. Мурашко, на 25 июня 2021 г. доля вакцинированных среди заболевших не превышает 0,5 %. Главный врач московской городской клинической больницы № 40 Д. Н. Проценко, специализирующейся на лечении больных COVID-19, заявил в своём блоге, что с 30.12.2020 по 15.06.2021 из поступивших в больницу 2 3281 пациентов были вакцинированы только 136 (69 из них получили оба компонента вакцины), причём среднее время от вакцинации до госпитализации составляло 5,6 суток (то есть, с учётом инкубационного периода, многие из заболевших среди вакцинированных заразились ещё до вакцинации); из 1 456 больных, состоявших в больнице на 15 июня 2021, вакцинированы лишь двое; среди 387 пациентов, находящихся в реанимации, вакцинированных нет.

По состоянию на сентябрь 2022 г. привито 84 441,11 тыс. человек, это 72,7 % взрослого населения страны. Наблюдается стабилизация заболеваемости и лёгкое течение болезни в случае заражения.

Таким образом, статистика показывает эффективность вакцинирования.

В рамках нацпроекта «Здравоохранение» реализуется Федеральный проект "Развитие экспорта медицинских услуг". Цель проекта – увеличение объёма экспорта медуслуг до \$1 млрд к 2024 г. Его участниками являются крупные федеральные и региональные медицинские центры в 70 субъектах РФ.

Объём экспорта медицинских услуг с начала реализации нацпроекта составил более 300 млн долларов США, при этом лечение получили свыше 6 млн иностранных граждан. Основной пациентопоток в 2021 г. наблюдался из стран Азии – Узбекистана, Таджикистана, Азербайджана, Киргизии, Казахстана, и стран Европы – Украины, Армении, Молдавии, Белоруссии и Латвии. Наиболее популярными профилями оказания медицинской помощи среди регионов стали профилактические комплексные осмотры (check-up), акушерство и гинекология, в том числе и репродуктивные технологии, стоматология, офтальмология, травматология и ортопедия. В федеральных центрах ключевыми направлениями стали онкология, офтальмология, травматология и ортопедия, нейрохирургия, эндокринология.

В наши дни крайне актуальной темой является интеграция и интеграционные процессы. Начнём с понятия «интеграция», латинское слово *integrum*, что в переводе означает – целое. Данное понятие применяется как в литературе общей, так и в литературе экономической направленности.

Большой современный толковый словарь русского языка Ефремовой Т.Ф. трактует это понятие как «объединение в единое целое отдельных частей» [2].



Словарь Ушакова определяет понятие «Интеграция» как «Объединение в целое каких-нибудь частей или элементов в процессе развития» [3].

Аналогичное определение даётся в Популярном словаре русского языка А.П. Гуськовой и Б.В. Сотина: «объединение в единое целое отдельных частей, элементов» [4].

Основываясь на вышеперечисленные определения, можно заключить, что интеграция – это объединение чего-либо в единой целое. В рассматриваемой нами теме – это объединение национального проекта «Здравоохранение» и туризма как способа удовлетворения потребностей населения.

Анализируя процесс интеграции туризма и нацпроекта «Здравоохранение» в России, выявлены основные проблемы, связанные с отсутствием финансовой помощи поставщикам медицинских услуг (например, связанной с покрытием расходов на международную аккредитацию, сертификацию, участием в зарубежных выставках), консультационной помощи, помощи в рекламе и продвижении соответствующих услуг за рубежом. В Российской Федерации отсутствует какая-либо обязательная сертификация или аккредитация медицинских учреждений на соответствие национальным или международным стандартам. Между тем за рубежом действует, например, система аккредитации и сертификации по международным стандартам JCI Объединённой международной комиссии. По причине высокой стоимости внедрения таких стандартов поставщики медицинских услуг нуждаются в финансовой помощи.

Наличие языковых барьеров также является барьером при оказании медицинских услуг, в настоящее время особенно растёт спрос на французский, испанский, арабский и китайский языки. Следует отметить, что расходы на переводчиков и преодоление языковых барьеров в среднем составляют 2–3 процента затрат иностранных пациентов.

В Российской Федерации существует проблема неразвитости инфраструктуры, связанной с трансфером больных с вокзалов и аэропортов, поиском и предоставлением жилья для сопровождающих, а также подбором сиделок для больных.

Наличие административных барьеров, связанных со сложностью получения визы на въезд в Россию для прохождения лечения, препятствует получению медицинской услуги. Инструмент медицинских виз используется для стимулирования въездного туризма в ряде стран.

Устаревание материально-технической базы санаторно-курортного фонда.

В Российской Федерации существуют проблемы развития телемедицины. Не установлены требования к телемедицинским услугам, ограничена возможность доступа иностранцев к российским телемедицинским

услугам ввиду правил в отношении иностранных граждан в единой системе идентификации и аутентификации. Отсутствие системы электронных медицинских карт также является барьером для экспорта, поскольку такая карта служит и для вторичного использования данных в статистических и исследовательских целях, для мониторинга системы здравоохранения и повышения её эффективности.

Низкая осведомленность за рубежом о предлагаемых в Российской Федерации медицинских услугах, действующих клиниках и специалистах затрудняет привлечение медицинских туристов. Эта проблема должна решаться, в том числе путём содействия участию поставщиков медицинских услуг в международных выставках, рекламному продвижению их продуктов.

Врачи зачастую отказываются от лечения иностранных пациентов, так как боятся зарубежных судебных разбирательств и больших сумм компенсации при совершении врачебной ошибки. Зарубежные страны внедряют системы страхования профессиональной ответственности. Однако в Российской Федерации такое страхование является дорогостоящим, поэтому врачи практически не страхуют свою деятельность. Также существует проблема, связанная с тем, что медицинское страхование иностранных пациентов не покрывает стоимость их лечения за пределами страны.

Большинство перечисленных проблем решаются в рамках нацпроекта «Здравоохранение».

Для увеличения экспорта медицинских услуг необходимо решить ряд задач:

- преодоление языковых барьеров, в частности связанных с получением услуг на иностранном языке и обучением медицинского персонала;
- оказание финансовой помощи экспортерам медицинских услуг, включая возмещение затрат на международную аккредитацию и сертификацию;
- цифровизация медицинского сектора, связанная с оцифровкой медицинских карт, использованием больших данных, а также с развитием телемедицины;
- продвижение российских поставщиков медицинских услуг и их продуктов за рубежом;
- обновление устаревшего санаторно-курортного фонда;
- преодоление административных барьеров, связанных с получением виз для медицинских целей;
- решение вопроса трансграничного медицинского страхования.

Приоритетными мерами по развитию российского экспорта медицинских услуг являются:



- обеспечение продления деловых виз в целях поездки "лечение" уполномоченными органами Министерства внутренних дел Российской Федерации в упрощенном порядке по обращению принимающей организации на срок, достаточный для завершения лечения или обследования;
- внесение изменений в федеральный государственный образовательный стандарт среднего образования в части включения вопросов изучения и владения иностранным языком в сфере медицины. Необходимо внедрение стандарта по изучению иностранных языков в качестве общепрофессиональных и профессиональных компетенций во всех федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования по направлениям подготовки специалитета, утверждаемым соответствующими приказами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, и по направлениям подготовки кадров высшей квалификации в аспирантуре. Во все программы ординатуры, утверждаемые приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, необходимо внести изменения, установив иностранный язык (английский) в медицинской сфере как часть программы;
- предоставление финансовой поддержки медицинским организациям для компенсации расходов на аккредитацию или сертификацию по международным стандартам JCI Объединенной международной комиссии и другим на лицензирование врачей, медицинских работников и (или) открытие представительств (кабинетов, центров) на территории других государств по отбору и направлению пациентов на лечение на территории Российской Федерации. Для получения финансовой поддержки медицинская организация может представлять такие документы, как бизнес-план, копии договоров на сертификацию, заключенных с центром аккредитации (сертификации). Рекомендуется проведение информационных кампаний акционерным обществом "Российский экспортный центр" для осведомления российских медицинских компаний о существовании стандартов международной аккредитации и требованиях, необходимых для прохождения аккредитации;
- развитие экспорта телемедицинских услуг, решение вопроса доступа иностранных граждан к российским телемедицинским услугам. Необходимо принятие мер поддержки врачей, прибегающих к использованию телемедицинских технологий. Для

- стимулирования развития экспорта телемедицинских услуг акционерному обществу "Российский экспортный центр" необходимо обеспечить поддержку специализированных миссий в другие страны, например в страны Евразийского экономического союза, европейские страны, Социалистическую Республику Вьетнам, Китайскую Народную Республику, Республику Индию, для рекламы российских технологий телемедицины с возможностью заключения договоров между российскими компаниями и зарубежными поставщиками медицинских услуг;
- принятие плана по строительству и модернизации инфраструктуры, включая развитие сети гостиниц, учреждений питания, транспортных организаций для осуществления трансфера, который направлен на увеличение притока иностранных пациентов, включать ведение документации и предоставление информации на иностранных языках, привлечение переводчиков и волонтеров для письменного и устного перевода;
 - создание специального сайта (раздела сайта) для медицинского туризма. На сайте представляется информация о видах услуг, поставщиках услуг, ценах, лечении, оздоровительных мероприятиях, размещении и питании для сопровождающих лиц, об оформлении документов для визы, о возможности страхования и другом. Сайт должен вестись на нескольких языках (английский, французский, арабский и китайский);
 - проведение информационной кампании по продвижению экспорта медицинских услуг сети торговых представительств Российской Федерации на территории государств, наиболее перспективных для экспорта медицинских услуг (страны Африки, Арабского региона, Юго-Восточной Азии и другие);
 - внедрение мер финансовой поддержки, таких, как гранты, субсидии, льготное кредитование, для медицинских организаций и субъектов малого и среднего предпринимательства, которые обеспечивают услуги транспорта, питание и гостиничное размещение для сопровождающих и пациентов. Главное условие финансирования состоит в организации въездного туризма;
 - разработка механизма финансирования участия в зарубежных выставках по медицинскому туризму для туроператоров, которые выполняют условия сотрудничества с медицинскими организациями;
 - реализация программ дополнительного профессионального образования и внедрение образовательных стандартов в



сфере медицинского туризма. Включение сферы медицинского туризма в образовательный стандарт «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, в частности, обучение по направлениям организации питания и проживания больных, общения с медицинским персоналом;

- обновление санитарно-курортного фонда за счет налоговых льгот путем освобождения от налогообложения прибыли, инвестируемой организациями в закупку современного медицинского оборудования, в модернизацию существующих и строительство новых объектов;
- принятие мер по обеспечению страхования профессиональной деятельности врачей, которые оказывают услуги в области медицинского туризма [5].

Наряду с другими странами, реализующими подобного рода проекты за период 10–15 лет, Россия внедрением нацпроекта «Здравоохранение» поставила перед собой достаточно амбициозную цель – всего за 5 лет реализовать поставленные цели.

И вот уже по итогам трёх лет реализации, согласно Паспорту нацпроекта, мы видим колоссальные результаты работы. Финансирование нацпроекта отражает кассовое исполнение федерального проекта на 95 % (269,8 млрд руб.), в том числе развитие экспорта медицинских услуг выполнено на 100 % (0,027 млрд руб.).

Реализуются мероприятия, направленные на повышение доступности и качества первичной медико-санитарной помощи для всех граждан Российской Федерации, в том числе проживающих в малонаселённых и труднодоступных районах. Например, закуплено 290 передвижных медицинских комплексов в 2021 г., 1022 закуплено в 2019–2020 гг. С 2019 г. введено в эксплуатацию 1 763 фельдшерско-акушерских пунктов. Прошли профилактические мероприятия 50,597 млн. человек. Создана новая модель организации оказания медицинской помощи – комплекс мероприятий, направленных на соблюдение приоритета интересов пациента, организацию оказания медицинской помощи пациенту с учетом рационального использования его времени, повышение качества и доступности медицинской помощи, обеспечение комфортности условий предоставления медицинских услуг, повышение удовлетворенности уровнем оказанных услуг, сокращение нагрузки на медицинский персонал за счет повышения эффективности деятельности медицинской организации, переходом на электронный документооборот, сокращением объёма бумажной документации.

Произведено переоснащение/дооснащение медицинским оборудованием с 2019 г. – 511 отделений сосудистых центров, 14 900 единиц медицинского оборудования для проведения «тяжёлых» исследований. В борьбе с онкологическим заболеванием на весь период реализации проекта предусмотрено финансирование около 1 трлн рублей и уже оснащено/переоснащено 63 мед. организации, закуплено 1 688 единиц оборудования. Проведены исследования пациентов (2,2 млн человек) и выявлены на ранних стадиях заболевания у 57,9 % человек.

В развитии детского здравоохранения приоритетными являются мероприятия по снижению детской и младенческой смертности, обеспечению доступности и качественно медицинской помощи. Так с 2012 г. по 2021 г. уровень младенческой смертности снизился на 52 %. Оснащено медицинскими изделиями 98,5 % детских поликлиник. Закуплено 20 571 единиц медицинских изделий. Построено за период реализации проекта 9 детских больниц, завершено строительство 3 корпусов, 12 больниц продолжают строительство (реконструкцию) и 35 больниц ещё будет построено (реконструировано) к 2024 г. Из средств ФСС выделено 13,33 млрд руб. женщинам в период беременности, родов и в послеродовой период.

Реализуются мероприятия по дополнительной профессиональной подготовке специалистов по профилям первично медико-санитарной помощи, детского здравоохранения, онкологии, в том числе по паллиативной медицинской помощи и сердечно-сосудистых заболеваний. За период нацпроекта обучено 7,8 тыс. специалистов, 539 тыс. специалистов аккредитованы и допущены к профессиональной деятельности, 1 619 801 участвовали в системе непрерывного образования медицинских работников. На 2022 г. численность врачей составила 577 305 человек, при плане 572 000 человек. Среднего медицинского персонала 1 269 204 человек при плановом значении 1 309 000 человек [6].

Непременно стоит отметить и ежегодную индексацию оплаты труда работников здравоохранения, что является привлекательным фактором для трудоустройства высококвалифицированных специалистов нашей страны.

Если исследовать медицинский туризм в Краснодарском крае, то можно проследить положительную динамику в количестве пролеченных иностранных граждан в 2021 г., что составило 7,6 тыс. человек, это больше плановых показателей на 2,6 тыс. человек. В денежном выражении объём экспорта медицинских услуг увеличен на 1,16 млн \$.

Подводя итоги рассматриваемого вопроса интеграции туризма и нацпроекта «Здравоохранение», можно сделать вывод, что медицинский туризм в России стал привлекательнее за последние 10 лет как для зарубежных стран, там и для россиян. Введена система кэшбека за поездки по России, в том числе и оздоровительного характера, что позволяет эконо-



мить денежные средства участников данной программы. Максимальный размер возврата за одну поездку – 20 000 рублей, а количество поездок не ограничено. Так, за весенний период 2022 г. 2,4 млн жителей России приобрели путёвки по этой программе на 44 млрд рублей, из которых 8,4 млрд рублей вернулось на карту россиян.

Список литературы

1. Статья, опубликованная РБК+, автор Лидия Юдина от 30.09.2021 г.
2. Ефремова Т.Ф. Большой современный толковый словарь русского языка: в 4-х томах. – 2006. – 547 с.
3. Словарь Ушакова Д.Н. в 4-х томах 1947. – 1114 с.
4. Гуськова А.П., Сотин Б.В. Популярный словарь русского языка. Толково-энциклопедический. – М.: Академкнига, 2003. – 885 с.
5. Текст из Распоряжения Правительства Российской Федерации от 14 августа 2019 г. № 1797-р (в редакции распоряжения Правительства Российской Федерации от 13 мая 2021 г. № 1231-р).
6. Выписка итогов реализации нацпроекта «Здравоохранение» в 2021 г. из паспорта национального проекта «Здравоохранение».

© Айрапетова К.В., Агазарян Н.В., 2022

УДК 330.34

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ COVID-19

Алексеева А.И.
студент,

Липецкого филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

Герсонская И.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансов,
Липецкого филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы

В данном докладе рассматривается механизм влияния пандемии COVID-19 на туристическую деятельность. В настоящее время туризм играет большую роль для экономики государства и социальной сферы. В докладе отражены основные направления по развитию внутреннего туризма, реализуемые на территории России, ключевые проблемы и актуальные меры поддержки со стороны государства. Приведена статистика, что позволяет определить весь потенциал развития туристического бизнеса. Сделан вывод о перспективном развитии отечественной туристической отрасли.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, государственная поддержка, пандемия, российский туризм.

Экономика любой страны направлена на удовлетворение материальных потребностей граждан посредством производства необходимых благ. Сфера экономической деятельности включает в себя несколько обширных категорий и одно из них туристическая деятельность. «Туризм как сфера экономической деятельности – это система взаимодействия различных отраслей по производству туристических продуктов, товаров, услуг и их реализации» [4, с. 479]. Он является неотъемлемой частью экономики страны и социальной жизни, поскольку туристические путешествия являются значимым элементом отдыха каждого человека, что полезно не только для расслабления и смены места, но также значатся важной составляющей окультивирования и изучения новых мест.

Туристическая деятельность имеет несколько значимых общественных функций: пополнение государственного бюджета, создание рабочих мест, социально-производственную функцию. Но экономическая безопасность страны неподвластна внешним угрозам, таким как пандемия COVID-19, в следствии которой, значимые функции становятся уязвимыми. В связи с распространением в мире новой коронавирусной инфекции туристические организации оказались в непростой ситуации. На сегодняшний день индустрии туризма достаточно сложно приспособиться к новым реалиям, но технологии не стоят на месте и продолжают развиваться, что говорит о нововведениях во всех сферах большой отрасли туризма. Сфера туризма подстраивается под ковидные ограничения, разрабатывая новые технологии для безопасности путешествия, а также совершенствуя уже имеющиеся ограничения. Меры должны выполняться как туристами, так и всеми организациями туриндустрии, принимающими их.

В условиях пандемии и закрытия границ в России возникла острая потребность в развитии внутреннего туризма с целью сохранения организаций туриндустрии и качественного удовлетворения потребностей путешественников в регионе пребывания. Эксперты отмечают, что «развитие туристской отрасли в России с каждым годом приобретает большую актуальность, так как оказывает стимулирующее действие на другие секторы экономики, привлекает и мотивирует источники инвестирования любого уровня, создает значительное количество рабочих мест, увеличивает базу налогообложения, сохраняет культурный и исторический потенциал страны, а также способствует развитию межнационального и межкультурного диалога» [5]. Также, по оценкам экспертов, «...только в первые месяцы пандемии спрос по всем выездным направлениям сократился на 20–25 %, а после закрытия границ многими государствами – упал практически до нуля...» [3]. При этом в этой ситуации в большей степени пострадали те организации туриндустрии России, которые предоставляли услуги путешественникам в области международного туризма.



На рисунке 1 приведена динамика организаций туриндустрии в России, которые специализируются на внутреннем и международном туризме.

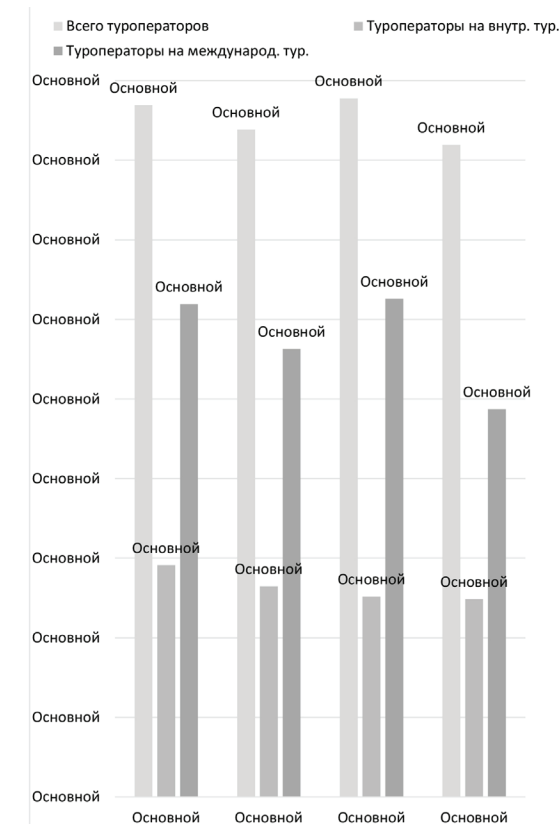


Рисунок 1 – Динамика количества организаций туриндустрии в России

По данным рисунка 1 можно сделать вывод о том, что в России за последние годы существенно сократилось количество туроператоров, которые оказывают услуги по организации путешествий за границу. Тогда как снижение числа туристических организаций, связанных с предоставлением услуг в рамках внутреннего туризма, наблюдается в меньшей степени. При этом в структуре российских туроператоров, ориентирующихся на развитие внутреннего туризма, преобладают хозяйствующие субъекты малого и среднего предпринимательства.

Поэтому, «...с учётом сложившейся ситуации появилась необходимость государственной поддержки малого и среднего бизнеса...» [2, с. 127], и в первую очередь, тех организаций туриндустрии, которые активно развивают туризм в России. Для этого Правительством РФ был разработан ряд мероприятий по субсидированию, предоставлению льгот

и преференций туроператорам, которые специализируются на внутреннем и въездном туризме. При этом можно отнести к эффективным мерам поддержки «...предприятий туристической отрасли:

- льготное кредитование;
- снижение взносов для туроператоров;
- возмещение 50 % затрат на организацию чартеров;
- отмена взносов в фонд «Турпомощь»;
- компенсация затрат на вывоз туристов воздушным транспортом;
- возмещение 50 % на путевки в детские лагеря;
- возврат денег или перенос туров и броней 2020 года;
- перенос туров, купленных по программе кешбэка;
- туристический кешбэк» [1].

Реализация этих мероприятий позволила существенно сократить потери российского бизнеса в сфере туризма. Также эти меры были направлены на дальнейшее развитие внутреннего туризма, которые обеспечили:

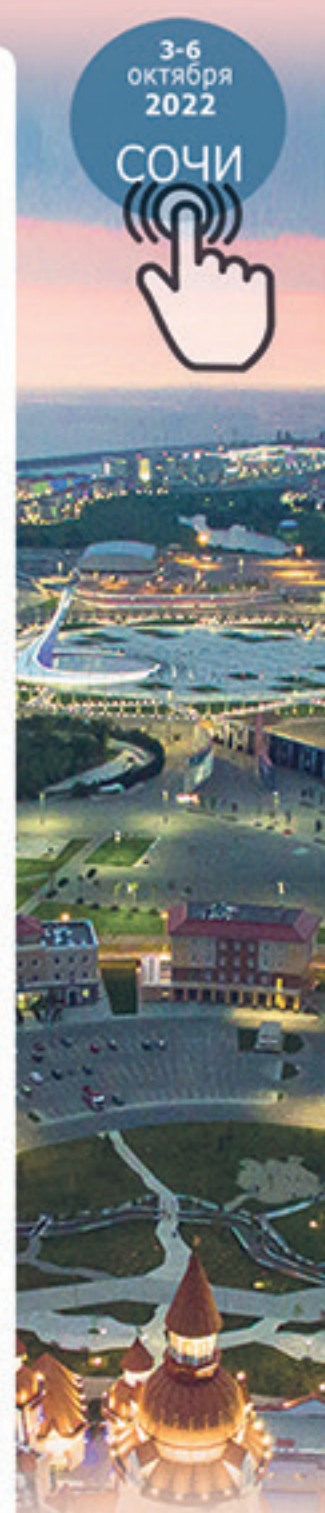
- повышенный спрос на отечественные туристические продукты и услуги;
- развитие культурного и исторического наследия нашей страны;
- увеличение доступности россиян к отдыху на отечественных курортах;
- рост туристического потока по сравнению с предыдущими годами.

Благодаря государственной поддержке российский туризм стал более успешным и привлекательным для жителей нашей страны.

В 2021 г. в России стартовал национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который поможет сделать путешествия по России безопасными, удобными и интересными. Основные задачи данного проекта:

- развитие туристской инфраструктуры, в соответствии с которой туристические инвестиционные проекты получают государственную поддержку, а регионы разработают собственные туристические концепции;
- повышение доступности отечественных туристических услуг, а отели и гостиницы станут более комфортными для отдыха и путешествий;
- совершенствование управления со стороны государства в сфере туризма, то есть «перезагрузка» многих государственных функций.

Также не стоит забывать, что Россия славится разнообразием красивых территорий для путешествия от запада до востока, которые мечтает посетить каждый: Калининград, Москва, Санкт-Петербург, Крым, Кавказ, Байкал, Сахалин, Камчатка, Алтай и др. Главное, чтобы за ними стоял сформированный и качественный турпродукт, за которыми



поедет путешественник, ведь это сказывается на продолжительности поездки. Поэтому в настоящее время существует несколько ключевых вопросов, которые необходимо решить:

- улучшить плотность автомобильных дорог, так как в России только 70 % автодорог имеют твёрдое покрытие проезжей части, что является существенным препятствием для организации комфортного туризма и отдыха;
- благоустроить жилье для туристов и путешественников. «Серый» рынок средств размещения в России достигает до 30 % от всего номерного фонда: комнаты, квартиры, дома, коттеджи. Проблема такого рынка в том, что его участники не платят налоги и ставят под сомнение качество таких услуг.

Благодаря национальному проекту, все недостатки и пробелы в российском туризме будут постепенно решаться, а туризм России процветать, следовательно, граждане будут получать ценное средство физического воспитания, туроператоры смогут возобновить свою деятельность в полном объёме, а экономика государства будет успешно развиваться.

В сфере туристических путешествий Интернет и цифровизация занимают главенствующее место, что помогает не только внедрить новые технологии, но и распространить информацию о своих услугах. Поэтому путешествовать по миру и культурным памятникам можно уже сегодня, не выходя из дома. Многие российские туроператоры уже имеют личные сайты, где представлены не только фотографии интересных мест, а также имеются видеоклипы, аудиоэкскурсии, которые могут заменить экскурсоводов. Технологии в отечественном туризме с каждым днем совершенствуются, адаптируясь под современные реалии. Сфера туризма терпит некоторые трудности из-за сложившейся ситуации в мире, однако новые технологии помогают им переносить эти трудности легче.

Подводя итоги, следует отметить, что туристическая отрасль в России, несмотря на трудности последних лет, имеет перспективы развития. Негативные последствия от пандемии COVID-19 ощутили на себе все представители туриндустрии, но это не является препятствием для развития туризма, наоборот, послужит причиной для создания доступных условий как для туроператоров, так и для путешественников. Российская Федерация имеет потенциал для роста внутреннего туризма с поддержкой национального проекта от государства.

Список литературы

1. Актуальные меры поддержки. – Текст: электронный // Федеральное агентство по туризму: [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/aktualnye-mery-podderzhki/> (дата обращения: 04.09.2022).

2. Герсонская И.В. Государственный сектор национальной экономики: теория и методология: монография. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2021. – 164 с.
3. Единый Федеральный реестр туроператоров. // Федеральное агентство по туризму: – URL: <https://tourism.gov.ru/reestr/reestr-turoperatorov/> (дата обращения: 04.09.2022).
4. Найдёнов А.М. Понятие туризма как сферы экономической деятельности // Молодой учёный. – 2016. – № 19(123). – С. 476-487.
5. Стратегия развития внутреннего туризма в России в 2021 году. – Т // Welcome Times: – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu> (дата обращения: 04.09.2022).

© Алексеева А.И., 2022

УДК 338.48

НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Алексейчева Е.Ю.

*доктор экономических наук
профессор общеуниверситетской кафедры философии
и социальных наук, Московский государственный
педагогический университет*

Куломзина Е.Ю.

*кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры экономики и менеджмента,
Московский государственный
педагогический университет*

Шинкарёва О.В.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и менеджмента,
Московский государственный
педагогический университет*

Исследование посвящено анализу направлений государственной поддержки развития внутреннего туризма. Рассмотрены меры по поддержке туристической отрасли Российской Федерации в последнее время. Проанализирована динамика цен на туристические услуги, показана эффективность программы туристического кэшбэка, рассмотрены направления грантовой поддержки предпринимателей в сфере внутреннего туризма. Сделаны выводы по результатам исследования.

Ключевые слова: внутренний туризм; цены на туристические услуги; государственная поддержка туристической отрасли; налоговые меры стимулирования развития туризма; кредитные меры поддержки; гранты (субсидии) для организаций сферы туризма.

В настоящее время наблюдается поэтапное восстановление туристического рынка в Российской Федерации. Эксперты отмечают рост выручки туристических фирм по сравнению с показателями рынка до пандемии COVID-19. Так, за летний сезон 2022 г. обороты турфирм превысили показатели июня – августа докризисного 2019 г. на 42,3 % с учётом инфляции [1]. Динамика объясняется не только ростом среднего платежа, но и увеличением числа транзакций. Существенное влияние на развитие туризма в РФ оказали меры, принятые государством в рамках утвержденной в 2019 г. Стратегии развития туризма Российской Федерации на период до 2035 г., а также государственной программы «Развитие туризма», принятой в 2021 г. на период до 2030 г. Три федеральных проекта – «Повышение доступности туристических продуктов», «Развитие туристической инфраструктуры» и «Совершенствование управления в сфере туризма» стимулировали переход туристов, путешествующих самостоятельно, в организованный сегмент.

По оценкам специалистов отрасли, на внутреннем рынке в летний период 2022 г. доля самостоятельных путешественников составила 80 % (в 2019 г. самостоятельно путешествовало по стране 90 % россиян), на выездном рынке, где традиционно доля организованных путешественников выше, она еще выросла, с 50 % в 2019 г. до 70 % в 2022 г. Пандемийные ограничения, а также геополитическая ситуация привели к росту популярности туристических направлений внутри страны, помимо традиционно пользующихся спросом Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Краснодарского и Ставропольского края, путешественники выбрали Дагестан и Северный Кавказ.

В немалой степени этому способствовала реализация одной из государственных программ поддержки российского внутреннего туризма – «Туристический кэшбэк за путешествия по России». По данным Ростуризма в 2020 и 2021 гг. программой софинансирования отдыха российских туристов воспользовались 1,5 млн российских граждан, в текущем году возврат средств за туры по России продолжает действовать, способствуя дальнейшему росту доли внутренних направлений в структуре продаж отрасли туризма и отдыха.

Безусловно, без мер поддержки населения в период ковидных ограничений [2] развитие туристического рынка было бы невозможным. Перестройке туристического рынка в его ориентации на внутренние путешествия способствовал и рост цен на выездном рынке. Так, согласно данным Росстата (см. рис. 1) [3], в августе 2022 г. среди услуг зарубежного туризма более всего увеличились цены: на поездки на отдых в ОАЭ – на 12,6 %, отдельные страны Южной Азии – на 6,6 %, Турцию

– на 5,3 %, отдельные страны Средней Азии – на 4,3 %, Ближнего Востока – на 1,5 %, Египет – на 0,7 %, отдельные страны Средиземноморья – на 0,6 %. В то же время снизились цены: на поездки в отдельные страны Юго-Восточной Азии – на 7,2 %, страны Закавказья – на 2,6 %, Беларусь – на 0,8 %.

Среди остальных услуг туризма и отдыха выросла стоимость: проживания в хостелах – на 3,3 %, билетов в кинотеатры – на 0,8 %, проживания в гостиницах 2* – 5* – от 0,3 % до 0,7 %, билетов в музеи и на выставки – на 0,3 %, театры – на 0,1 %. Одновременно наблюдалось снижение цен: на путевки в дома отдыха, пансионаты, экскурсионные туры по России – на 1,2 %, автобусные экскурсии – на 0,9 %, путевки в санатории – на 0,8 %, проживание в гостиницах, мотелях – на 0,3 %.

Прирост (снижение) цен на услуги
в августе 2022 года
в % к предыдущему месяцу



Рисунок 1 – Прирост (снижение) цен на услуги в августе 2022 г., % к июлю 2022 г. [3]

Повышению ценовой конкурентоспособности [4] внутренних направлений туризма в РФ способствовали налоговые меры стимулирования развития туризма. Так, для индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность по предоставлению мест для временного проживания и применяющих УСН и ПСН до 1 января 2025 г. продлена возможность установления 0 % налоговой ставки (применение данной ставки по усмотрению региональных властей) [5]. Для гостиниц и средств

размещения предоставлена возможность применение 0 % ставки НДС на предоставляемые услуги сроком на 5 лет (для новых предприятий – 5 лет с даты открытия) до 30 июня 2027 г.

Способствовали укреплению позиций российского туристического сектора и кредитные меры поддержки: предоставление кредитных каникул сроком до 6 месяцев малому и среднему бизнесу сферы туризма; льготное кредитование малых и микропредприятий, а также организаций гостиничного бизнеса, туристических операторов и агентов.

Меры государственной поддержки необходимы для преодоления проблем, которые сдерживают развитие индустрии туризма и отдыха в России [6]. Это и слабая транспортная инфраструктура, и недостаточный уровень гостиничного обеспечения на отдельных туристических маршрутах, дефицит предприятий общественного питания с высоким уровнем качества еды и обслуживания [7]. Специалисты рынка также отмечают низкую информационную освещённость возможностей и преимуществ российского туризма [8].

В настоящее время уже запущен ряд программ грантов (субсидий) для организаций сферы туризма, направленных на решение данных проблем. Предусмотрено субсидирование нескольких направлений.

1. Субсидии до 3 млн рублей для ИП и юридических лиц на поддержку общественных и предпринимательских инициатив, ориентированных на развитие внутреннего и въездного туризма для: приобретения туристического оборудования, инвентаря и снаряжения; создания благоприятных условий для туризма и отдыха людей с ограниченными возможностями здоровья; разработки новых туристических маршрутов; создание электронных путеводителей (включая мобильные приложения и аудиогиды) по существующим и новым туристическим маршрутам.

2. Субсидии до 3,5 млн рублей для ИП и юридических лиц для создания модульных некапитальных средств размещения (кемпингов и автокемпингов). Основные направления софинансирования: создание модульных некапитальных средств размещения, например, кемпинги, кемпинговые стоянки, кемпинговые палатки; обустройство жилой и рекреационной зон; оборудование санитарных узлов (мест общего пользования).

3. Субсидии до 9,3 млн рублей на обустройство пляжей на морских побережьях и пресных водоемах; создание национальных брендовых туристических маршрутов и формирование локальных точек притяжения.

4. Субсидии на создание и развитие инженерной и транспортной инфраструктуры, направлены на софинансирование создания и реконструкции объектов капитального строительства транспортной инфраструктуры и возмещение затрат на подключение (технологическое присоединение) к различным сетевым ресурсам (энерго-, газо-, водоснабжения и т. д.).

Реализация мер поддержки российского туризма позволит решить ряд проблем туристической отрасли и существенно снизит уровень остроты негативного влияния отдельных факторов на развитие туризма в России. Так повышение рентабельности и конкурентоспособности не только увеличит поток туристов, но и создаст благоприятные условия для дальнейшего инвестирования в российский туризм.

Список литературы

1. Туристы перелетели пандемию. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5560015?tg> (дата обращения: 19.09.2022).
2. Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В. Меры социальной поддержки семей с детьми для смягчения последствий пандемии COVID-19 // Вестник Екатеринбургского института. – 2021. – № 3(55). – С. 4-11.
3. Росстат. Об индексе потребительских цен в августе 2022 г. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/151_09-09-2022.html (дата обращения: 19.09.2022).
4. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Костин И.Б. Экономика организации (предприятия): учебник для бакалавров. – М. 2020. (4е изд., стер.). – 290 с.
5. Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В. Налоговые меры поддержки в связи с пандемией COVID-19: опыт России // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2021. – № 3. – С. 25-37. DOI: 10.26653/2076-4650-2021-3-02.
6. Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В. Туристическая отрасль России: развитие и перспективы // Новое в науке и образовании: тезисы докладов Международной ежегодной научно-практической конференции, Москва, 21 апреля 2020 г. / Еврейский университет. – М.: ООО «МАКС Пресс», 2020. – С. 26-28.
7. Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В. Состояние и направления развития туризма в России // Новое в науке и образовании: Международная ежегодная научно-практическая конференция: сборник трудов, Москва, 21 апреля 2020 г. / отв. редактор А.В. Виноградов. – М.: ООО «МАКС Пресс», 2020. – С. 46-55.
8. Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В. Аспекты повышения глобальной конкурентоспособности туризма России // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. 2020. – № 1-2. – С. 214-223. DOI: 10.26653/2076-4650-2020-1-2-17.

© Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю., Шинкарева О.В., 2022



ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Баранников А.Л.

кандидат технических наук, доцент,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ,
Московский университет имени С.Ю. Витте,

Донскова Л.И.

кандидат экономических наук, доцент, доцент
Российский государственный социальный университет,
Московский университет имени С.Ю. Витте

В статье рассматриваются актуальные вопросы развития малого и среднего бизнеса (МСБ) в сфере туризма и индустрии гостеприимства в условиях современной экономики страны. Проанализировано влияние пандемии и зарубежных санкций на деятельность российских туристических предприятий МСБ и показаны перспективы развития внутреннего туризма в стране в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», входящего в госпрограмму «Развитие туризма». Особое внимание в работе уделено вопросам государственной поддержки туристических предприятий МСБ в современной России.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, малый и средний бизнес, внутренний туризм, электронный туризм и меры господдержки

1. Влияние коронавирусной инфекции на развитие внутреннего и въездного туризма в России.

В России в сфере туризма и индустрии гостеприимства в основном работают предприятия малого и среднего бизнеса (МСБ). В соответствии с действующими нормативными документами к категории малых предприятий в России относится любая компания с менее чем 100 сотрудниками и с выручкой до 800 млн рублей. Данные Росстата наглядно показывают [1], насколько эффективно они работают в последние годы. В 2019 г. за первые 9 месяцев количество въездных туристических поездок в Россию составило 19,1 миллиона, сократившись по сравнению с предыдущим годом на 0,9 %, а количество выездных поездок составило 35,2 миллиона, что на 7 % больше, чем в предыдущем году. В 2018 г.

число въездных туристских поездок за 9 месяцев составило 19 млн 245 тысяч, увеличившись на 1,4 %, а число выездов выросло на 6,3 %, составив 32 млн 918 тысяч [2].

Таким образом, мы можем сказать, что количество въездных и выездных поездок с каждым годом увеличивалось, что представляло собой положительный результат для предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ), работающих в сфере туризма и индустрии гостеприимства, и для экономики страны в целом. Но также мы можем отметить, что 2020 г. стал исключением и число поездок как въездных, так и выездных, заметно сократилось. Очевидно, что это связано, прежде всего, с распространением коронавирусной инфекции [6]. Она и в настоящее время оставляет за собой большие отрицательные последствия во многих государствах, и Россия не является исключением. Но мы должны понимать, что это явление временное и главное нужно терпеливо ждать и верить в лучшее. И речь идёт о будущих последствиях, которые окажут влияние на 2023 г.

Также в период пандемии увеличилось число поездок внутреннего туризма как в России, так и в других экономически развитых и развивающихся странах. По прогнозам Ассоциации туроператоров России, [1] индустрия туризма и малые и средние предприятия, работающие в этом бизнесе, на выездном направлении потеряли около 27 млрд рублей.

Рассмотрим, как менялось состояние туристических направлений и туристского потока в период с 2019 г. по 2020 г. внутри нашего государства [4] Российской Федерации (рис. 1).

Рассматривая рисунок, можно сказать, что число прибывающих в РФ иностранных посетителей и туристов, и число россиян, которые выезжали с целью отдыха, работы или учёбы за границу Российской Федерации, по сравнению с предыдущими годами, например, по сравнению с соответствующим периодом с 2017 г. по 2019 г., уменьшилось, в среднем, почти в 98 и 96 раз, соответственно.

По данным Росстата, в 2019 г., до распространения коронавирусной инфекции число туристов, выезжающих за границу с целью отдыха, составило 45 млн чел. А количество туристов всего составило 69,7 млн чел., соответственно, из них 65 % населения, которые часто ездили в отпуск, свой отпуск проводили за границей. Следовательно, можно сказать, что до пандемии больше половины населения проводили свой отпуск за рубежом, а остальные 35 процентов населения, количество которых составляет 24,8 млн человек, ездили в отпуск на места, находящиеся на территории Российской Федерации.



Туристический поток в РФ, млн чел.

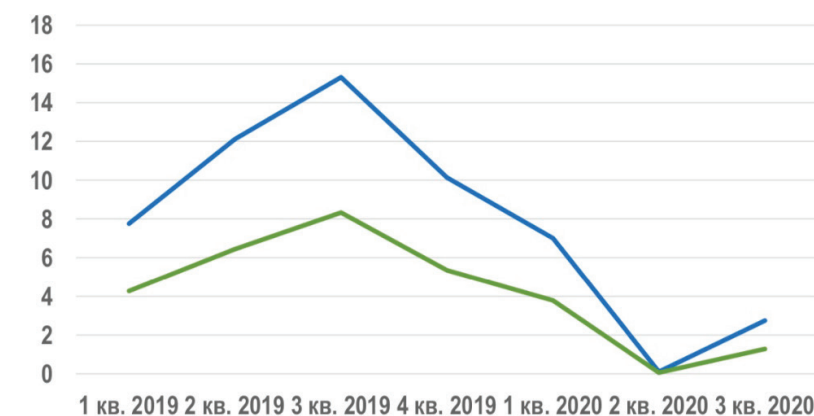


Рисунок 1 – Туристический поток

в Российской Федерации в 2019–2020 гг., млн чел.

Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат)

Рассмотрим результаты въездных рейсов в Россию по итогам прошлого, 2020 г. С туристическими целями и с целью отдыха в Россию в период с января по сентябрь 2020 г. были совершены визиты, объём которых достигала 326,8 тыс, большая часть которых была совершена в первом квартале 2020 г., так как в данное время коронавирусная инфекция не была глобально распространена. По сравнению с рассмотренным периодом в 2019 г., т.е. с января по сентябрь 2019 г., показатели 2020 г. составляли очень маленький результат, так как в 2019 г. в данный период количество въездных визитов составляло около 4,3 млн.

Таким образом, мы можем сказать, что по итогам трёх кварталов, в период с января 2020 г. по сентябрь 2020 г., въездной туризм в Россию значительно сократился, то есть сокращение составило примерно 92,4 %. Следовательно, по итогам всего 2020 г. сокращение турпотока в Россию достигло – 93,6, так как в последнем, четвёртом квартале, 2020 г. иностранных туристов в России практически не было. Это свидетельствует о том, что Россией было потеряно 4,77 млн иностранных туристов за 2020 г. [2, с. 7].

Теперь проанализируем количество туристских фирм МСБ, а точнее их динамику, она представлена на рисунке 2.

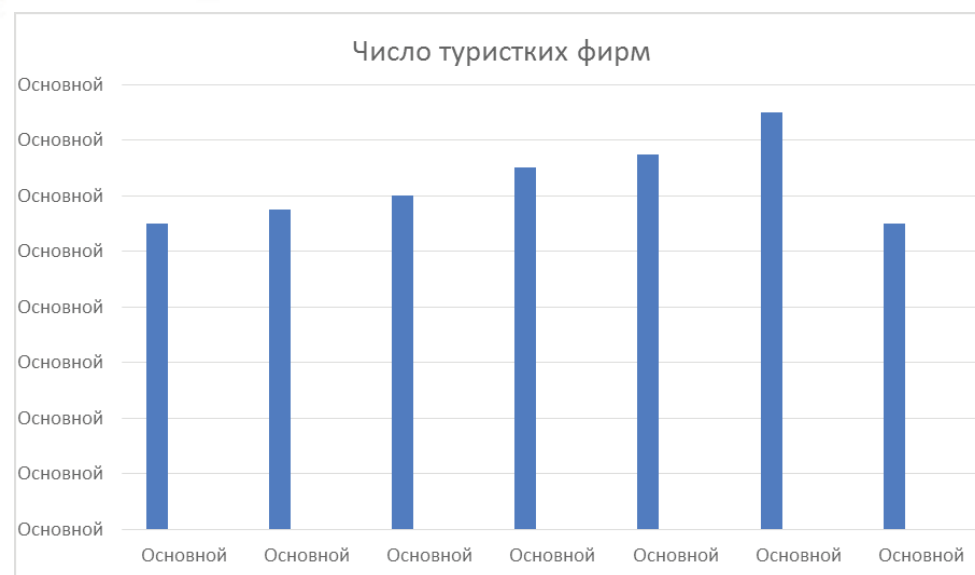


Рисунок 2 – Число туристских фирм

За 7 лет количество туристических фирм малого и среднего бизнеса значительно увеличилось. Но за 2018 г. особого роста не произошло. Так, в 2016 г. их количество было равно 12 395, в 2017 г. – 13 579, в 2018 – 13 674. В 2020 г. фирм насчитывается около 11 000, из-за пандемии количество фирм МСБ в туристическом бизнесе упало, так как не все смогли справиться с кризисом, большинство мелких компаний обанкротилось. Данная статистика говорила о том, что в России происходило активное развитие туризма, но в период пандемии оно осложнялось [4].

2. Мир изменился – новые запросы к путешествиям

События недавнего прошлого, связанные с пандемией коронавируса и с введением новых санкций странами Европейского Союза (ЕС) после начала специальной военной операции на Украине в феврале 2022 г., сильно переформатировали множество сфер нашей жизни.

Мировая индустрия туризма тоже претерпела значительные изменения: современные путешественники гораздо требовательнее относятся к вопросам безопасности предполётных процедур, стали высоко ценить индивидуальный подход при обслуживании и оперативность реакции на свои запросы.

Эксперты проанализировали основные направления быстрых изменений туристического рынка, чтобы помочь малым и средним предприятиям в турбизнесе вновь завоевать утраченные позиции и привлечь внимание потенциальных потребителей услуг в сфере туризма [3].



Во времена тотальной «удалёнки» большинство людей утратило ощущение границ между своей частной жизнью и работой.

Квартиры превратились в офисы, причём рабочий день стал ненормированным в сторону увеличения до круглосуточного. Каждый член семьи решал свои рабочие или учебные задачи изолированно от своих домашних, общаясь с другими людьми преимущественно в интернете.

Исходя из этого, важным фактором нормального отдыха становилась возможность «перезагрузки», то есть возможность отключиться хотя бы на короткое время от бизнеса и гаджетов и полностью посвятить свой досуг общению с близкими.

Сегодня варианты такого короткого, но эффективного отдыха можно найти на северных туристских направлениях нашей страны, предлагающих глэмпинг на Кольском полуострове, уединённый отдых в палатках или комфортабельных коттеджах в районе Мурманска, Кировска или Апатитов.

Не менее заманчиво совершить путешествие на Байкал, с его уникальной природной средой и многочисленными достопримечательностями.

Горнолыжные курорты дают хорошую возможность прервать бесконечный информационный поток и отдохнуть в природной среде на оборудованной территории для глэмпинга.

Одним из таких ярких и запоминающихся мест по праву считается посёлок Хужир на острове Ольхон.

Пандемия и новые санкции ЕС заставили людей более внимательно и требовательно относиться к вопросам своей безопасности, социального дистанцирования и комфорта в целом.

При оформлении виз люди стали ценить возможность использования персонализированных сервисов, значительно упрощающих бюрократические процедуры и минимизирующие необходимость непосредственных очных контактов.

Здесь же стоит упомянуть увеличившийся спрос на персональные трансферы, услуги быстрой регистрации и прохождения контроля в аэропортах, возможности онлайн-регистрации в отелях и многие другие подобные сервисы.

Комфортные условия для большой компании. После долгого периода локдауна и вынужденного социального дистанцирования, у людей ярко проявляется потребность в совместном времяпровождении.

Время, проведённое с близкими, приобретает особую ценность, люди хотят живого общения и непосредственных эмоций. Отсюда возникает запрос на коллективные формы отдыха в компании близких или друзей, о чём свидетельствуют растущие объёмы группового бронирования.

Для быстрой обработки большого массива данных современная индустрия туризма находит эффективные решения, позволяющие избежать возникновения очередей в аэропортах [5].

Среди этих решений можно отметить системы заблаговременной обработки данных, а также современные мобильные приложения для быстрого предоставления документов.

Современный темп жизни предполагает быстрое изменение обстоятельств и условий, а следовательно, высокую степень неопределённости в сфере туризма.

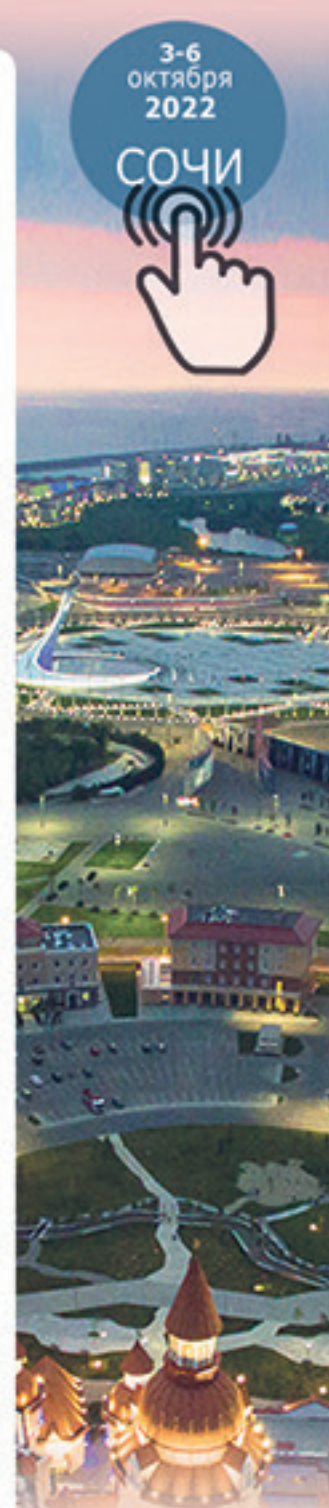
3. Влияние пандемии на развитие электронного туризма

Теперь поговорим об электронном туризме, который на данный момент становится самым популярным среди людей [8]. Последние два года вообще тема туризма воспринимается людьми очень болезненно, так как многие границы закрыты, поэтому чаще всего, по крайней мере, последние два года мы ездим на отечественные курорты. Но, несмотря на эти временные ограничения, индустрия туризма, в частности, электронная развивается с огромной скоростью. Что же люди вообще подразумевают под понятием «электронный туризм».

Электронный туризм – это новый вид туризма, который подразумевает под собой возможность любого человека подробно изучить то место, куда он хочет отправиться в путешествие. То есть получить информацию о климате, об отеле, об условиях проживания, о ценах, о достопримечательностях и о многом другом. Конечно, стимулом для развития электронного туризма станет быстрый рост информационных технологий. Характерным показателем в электронном туризме и электронном бизнесе в целом, будет являться полная минимизация человеческого труда в процессе исследования и обработки информации.

Сферы использования Интернета, в частности, электронного туризма обширны. Они обладают важным свойством, которое чаще всего и становится решающим – это наглядность. Чем нагляднее картинка для клиента, тем скорее он определится с выбором.

Однако в развитии российского туризма в сфере электронных продаж есть и минусы. В первую очередь, это недоверие к электронным оплатам, так как люди только потихоньку стали доверять таким способам, не все решатся оплачивать номер в отеле онлайн. Бывает, что на сайтах тоже устаревшая информация, которая вгоняет людей в неведение, поэтому всегда нужно обращаться в турфирмы для ответов на вопросы и для уверенности в том, что ваш отдых пройдёт хорошо и в проверенном месте. А если мы затронем отдельно турфирмы, то сейчас в Интернете среди них тоже большая конкуренция, так как многие обанкротились, но появились новые, которые хотят показать себя с лучшей стороны.



Таким образом, с помощью Интернета и цифровой экономики сфера электронного туризма развивается очень оперативно и динамично, что положительно влияет на экономику страны в целом. Рост цифровых технологий даёт возможность планировать и организовывать отдых более комфортно и быстро [9].

Возможность отменить поездку, перенести даты или бронь без потери денег или дополнительных сборов высоко ценится сегодняшними путешественниками.

Особо важное значение на этом направлении развития туристского сервиса приобретают новые технологии с применением искусственного интеллекта, позволяющего быстро реагировать на изменение планов.

4. Государственная поддержка предприятий малого и среднего бизнеса в сфере туризма

Сотни отменённых авиарейсов и зарубежных туристических маршрутов – туроператоры, перевозчики и гостиницы несут колоссальные убытки после пандемии и введения санкций стран ЕС, США, Канады и Японии. Поэтому активную поддержку малому бизнесу в сфере туризма в 2022 г. оказывает государство.

Туристам и операторам путешествий МСБ даны дополнительные инструменты:

- туристический кэшбек при оплате туров по карте МИР –
- часть суммы вернется рублями на карту покупателя;
- на ближайшие 5 лет устанавливается нулевой НДС
- на гостиничные услуги;
- в ходе конкурсного отбора определяются получатели субсидий
- на приобретение инвентаря для отдыха и туризма;
- туроператорам государство возместит убытки, связанные
- в невозвратными авиабилетами;
- федеральный бюджет создаст гранты для участников отрасли;
- туроператоров освободили от отраслевых взносов
- в фонды «Турпомощи».

На ближайшие три года в федеральном бюджете на указанные цели предусмотрено 12,9 млрд рублей. Господдержка будет предоставлена в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», входящего в госпрограмму «Развитие туризма».

Турфирмы будут переориентироваться на внутренний туризм, ведь зарубежные направления массово стали недоступны [10].

5. Перспективы создания конкурентоспособного туристского продукта при развитии внутреннего туризма России.

Благодаря активной поддержке Правительства страны предприятиям малого и среднего бизнеса в турбизнесе открываются хорошие перспективы создания новых конкурентоспособных туристских продуктов

при развитии внутреннего туризма России. Для максимизации положительного опыта туристов необходимо создавать конкурентоспособный туристский продукт различных уровней: местного, регионального, национального и международного. Турист должен остаться довольным от своего отдыха или путешествия, чтобы ему захотелось вернуться туда снова и снова.

Для формирования конкурентоспособности туристского продукта нужно повысить качество и увеличить доступность инфраструктуры транспорта, а также качество обслуживания сервиса за счёт создания двухуровневой системы управления (федерального и регионального) качества туристских услуг.

Также улучшению качества туристского продукта могут способствовать:

- комплексное обеспечение безопасности туристов;
- формирование комфортной предпринимательской среды
- для субъектов малого и среднего бизнесов;
- мониторинг качества туристского продукта,
- а также его максимизация;
- реализация мер по развитию конкуренции на внутреннем рынке;
- развитие транспортной инфраструктуры;
- развитие цифровых платформ, обеспечивающих туристов удобным планированием поездки при широком выборе туристских услуг.

Конечно, в названных мерах, направленных на увеличение туристического потока и повышение объёма посещений в определённые места, самым главным и важным условием является установление низких цен на авиабилеты или же на условия пребывания на место отдыха. Так как от доходов, полученных от туристической деятельности, во многом зависит состояние и дальнейшее развитие предприятий МСБ в сфере туризма и индустрии гостеприимства и экономики государства в целом.

Выводы. Индустрия туризма является одним из важных элементов государственного сектора, который оказывает большое влияние на процесс развития экономики и объём полученных доходов государства. Помимо этого, туристическая отрасль способствует созданию новых рабочих мест для населения и обеспечивает сохранение внешнеторгового баланса между государствами, то есть она является стимулом социального и экономического развития как предприятий малого и среднего бизнеса, занятых в сфере туризма и индустрии гостеприимства, так и государства в целом.

Как видно из приведённых в статье показателей, в стране происходит активное развитие внутреннего туризма. К 2025 г. (по сравнению с 2020) планируется увеличить совокупную доходность предприятий МСБ в сфере туризма и индустрии гостеприимства по экскурсионным услугам с 600 млн руб. до 1 000 млн руб., а по услугам гостиниц с 270 млн руб. до 400 млн руб.



Таким образом, в ближайшие 3 года до 2025 г. есть все шансы существенно увеличить количество внутренних туристов во все регионы нашей большой страны.

Список литературы

1. Ассоциация туроператоров России. Аналитическая Служба АТОР. – URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 26.07.2022).
2. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19. – URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf.
3. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (дата обращения: 27.08.2022).
4. Федеральное агентство по туризму. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics> (дата обращения: 27.08.2022).
5. Актуальные вопросы инноваций в сфере туризма: российский опыт / Е. М. Крюкова, Л. И. Донскова, П. В. Солодуха, В. Ш. Хетагурова // Социальная политика и социология. – 2020. – Т. 19. – № 4(137). – С. 31-39. – DOI: 10.17922/2071-3665-2020-19-4-31-39.
6. Баранников А.Л., Данилина М.В. Перспективы посткризисного восстановления сферы туризма и гостеприимства // Развитие современного общества: вызовы и возможности: материалы XVII международной научной конференции, в 4 ч., Москва, 02 апреля 2021 г. – М.: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2021. – С. 33-40.
7. Виды туризма и география турпотоков в зеркале пандемии COVID-19 / сост. В.Д. Азимбаева, Е.Л. Бойко, Т. В. Васильева [и др.]. – Псков: Псковский государственный университет, 2022. – 214 с.
8. Приоритеты инновационной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма: российский опыт / Л. И. Донскова, А. Г. Редькин, О. В. Отто, Н.Н. Беспалова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. – № 1(83). – С. 6-18. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10101.
9. Молодёжный туризм как сегмент социального туризма в российском регионе: теория и практика / Л. И. Донскова, А. Г. Редькин, О. В. Отто [и др.] // Сервис plus. – 2019. – Т. 13. – № 3. – С. 10-20. – DOI: 10.24411/2413-693X-2019-10302.
10. Donskova L.I., Barannikov A.L., Redkin A.G. State regulation of tourism and tourism policy: foreign and Russian experience // Государственная служба. – 2022. – Vol. 24. – No 1(135). – P. 86-92. DOI: 10.22394/2070-8378-2022-24-1-86-92.

© Баранников А.Л., Донскова Л.И., 2022

ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Берлин С.И.

*доктор экономических наук, профессор,
директор Института экономики, управления и бизнеса,
заведующий кафедрой экономической безопасности
«Кубанский государственный
технологический университет», председатель
Общественного совета при министерстве курортов,
туризма и олимпийского наследия Краснодарского края*

Попов И.В.

*кандидат исторических наук, помощник по
безопасности ректора «Краснодарский
государственный институт культуры»*

Салеева Т.В.

*начальник отдела экономики и прогнозирования
министерства курортов, туризма и олимпийского
наследия Краснодарского края*

Экономическая безопасность и стабильность функционирования государства во многом зависят от мониторинга экономического развития и технологических процессов, которые выбраны приоритетом национальной политики и национальных проектов Российской Федерации. На основе комплексного анализа современного состояния санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края и влияния на него национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в условиях турбулентности внешней среды и санкционных воздействий разработаны совместные меры по обеспечению экономической безопасности региона. Предложен ряд практически реализуемых мер по интенсификации круглогодичного оборота международного, межрегионального и внутрирегионального российского туризма с приоритетом Краснодарского края как элемент обеспечения его экономической безопасности.

Ключевые слова: мониторинг, экономическая безопасность, меры по реализации, санаторно-курортный и туристский комплекс, факторы внешней среды, всесезонность, инвестиции, налоговые доходы бюджета региона.



Принятие и начало реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» а также федеральных проектов «Развитие туристической инфраструктуры и создании качественных турпродуктов», «Повышение доступности и информированности о туристических продуктах», «Совершенствование управления в сфере туризма» являются стратегические и определяющие векторы развития российского туризма до 2030 г. и дальнейшую перспективу. Туризм объективно является одним из основных элементов обеспечения экономической безопасности регионов России в целом и Краснодарского края в частности. Развитие туристского комплекса Краснодарского края является стратегическим трендом развития экономики в современных условиях. Мониторинг экономического развития этого комплекса включает в себя оценку туристского потенциала территории, определения места услуг туризма и рекреации региона на рынке, выбора эффективных направлений и форм территориальной организации туристско-рекреационного хозяйства региона, скоординированных действий всех участников санаторно-курортного комплекса региона, объединённых одной стратегической целью – предоставление качественных и востребованных санаторно-курортных услуг и услуг и получения за счёт этого максимальной прибыли хозяйствующих в этой сфере субъектов и пополнения доходной части региональных бюджетов всех уровней. Все перечисленные аспекты, особенно на современном этапе нестабильности и санкционных воздействий выступают в качестве важного элемента обеспечения экономической безопасности Краснодарского края.

Современные конкурентные преимущества институциональной среды курортных территорий в Российской Федерации:

- падение курса рубля и пропорциональный рост стоимости
- зарубежного отдыха по всем направлениям, ценовые
- преимущества отдыха в крае;
- прекращение посещения мировых курортов эконом-класса
- по политическим причинам и причинам безопасности пребывания (Египет, Турция, Тунис). Остался Тайланд, Вьетнам, Китай, ряд «дешевых» стран Юго-Восточной Азии, но перелет в них также подорожал;
- запрещение отдыха госслужащих и членов их семей за рубежом, которые составляют значительный сегмент потребителей рекреационных услуг среднего уровня;
- сочетание двух морских и горных курортов;
- климатические условия и природные факторы;
- наличие стратегических региональных кластеров сельского хозяйства и АПК, полностью обеспечивающих рекреантов продуктами питания;

- чётко выраженные эксклюзивные национальные
- и этнокультурные особенности;
- развитое транспортное сообщение (полный набор всех видов);
- край удовлетворяет практически все сегменты потребителей
- рекреационных услуг с высоким, средним и низким уровнем
- доходов (частный сектор, гостевые дома, санатории и гостиницы всех категорий, оздоровительные центры, пансионаты с лечением и без него, кемпинги, автостоянки, возможность полноценного VIP-отдыха и обслуживания);
- преимущественное наличие в этой сфере субъектов малого и среднего бизнеса, оперативное реагирование на изменения рыночной конъюнктуры.

Современные конкурентные недостатки институциональной среды курортных территорий в Российской Федерации:

- рекреационная инфраструктура не рассчитана на текущие и прогнозируемые потоки рекреантов (13–20 млн чел. в год);
- площадь оборудованных пляжей не удовлетворяет
- нормальному размещению отдыхающих;
- транспорт (цены на билеты авиа- и ж/д перевозки в пиковый
- сезон в 1,5–2 раза выше, чем в межсезонный период);
- автомобильные дороги (известные пробки по 3–5 часов, постоянный перманентный ремонт автотрассы М4 «Дон» и наличие значительного количества участков трассы с реверсивным
- движением, низкое качество придорожного сервиса);
- рекреационная сфера в горной части края и
- на Азовском море практически не развита;
- низкая квалификация обслуживающего персонала;
- недостатки мест базирования рекреационных объектов, т.к. развитие рекреационной сферы неразрывно связано с развитием муниципальных образований и поселений (ЖКХ, дороги, комфортность проживания).

Классификация методов оценки санаторно-курортных ресурсов включает количественные, качественные и комплексные методы. К количественным методам оценки относятся статистические (математические) и картографические методы. Качественные методы оценки включают в себя медико-биологическую, эстетическую, экономическую, экологическую оценку и разработанную ЮНЕСКО методику оценки природно-культурных объектов туризма. К комплексным методам оценки относится система кадастров санаторно-курортных ресурсов и геоинформационная система развития санаторно-курортного комплекса в регионе [2].



В качестве критериев оценки уровня и эффективности развития туристско-рекреационного хозяйства в регионе предложены следующие показатели [2]:

- въездной туристский поток (чел.);
- совокупный доход от туризма и рекреации в регионе (рубли, доллары);
- доля вида экономической деятельности «Рекреация и туризм» в ВРП региона (в %);
- объём туристских и рекреационных услуг населению (рубли, доллары);
- уровень развития туристско-рекреационной инфраструктуры региона (индексная оценка).

Уровень развития туристско-рекреационной инфраструктуры влияет на развитие туристско-рекреационного хозяйства региона, выступая либо как сдерживающий фактор, либо определяет положительную динамику развития туристско-рекреационного хозяйства.

Туристско-рекреационная инфраструктура оценивается по отдельным элементам, каждый элемент в свою очередь оценивается по конкретным критериям [3].

Так, транспортная составляющая инфраструктуры оценивается по плотности железнодорожных путей общего пользования, по плотности автомобильных дорог общего пользования, объёму транспортных услуг, оказанных населению, в расчёте на одного жителя, коэффициенту Энгеля. Туроператоры и турагенты – число туристских организаций на 100 000 человек населения; число турпакетов, реализованных населению, на 1 000 человек населения. Средства размещения оцениваются по числу коллективных средств размещения (КСР), числу мест в КСР, числу номеров в КСР, коэффициенту использования наличных мест в КСР, числу санаторно-курортных организаций, организаций отдыха и туристических баз [4]. Развитие предприятий отдыха и размещения определяется по числу музеев, профессиональных театров, зоопарков, цирков, парков культуры и отдыха, санаторно-курортных организаций, учреждений культурно-досугового типа, спортивных сооружений; по численности зрителей театров на 1 000 человек населения, числу посещений музеев на 1 000 человек населения, объёму платных услуг культуры в расчёте на одного жителя, объёму платных туристских услуг в расчёте на одного жителя. Развитие предприятий общественного питания выражаются такими критериями, как количество предприятий общественного питания на 100 000 человек населения, количество мест в предприятиях общественного питания на 1 000 человек населения, оборот общественного питания в расчёте на одного жителя [5].

Приведём характеристику и проведём анализ развития санаторно-курортного и туристского комплекса края. Количество функционирующих учреждений и мест в них. Уровень заполняемости учреждений. Количество отдыхающих, в том числе неорганизованных.

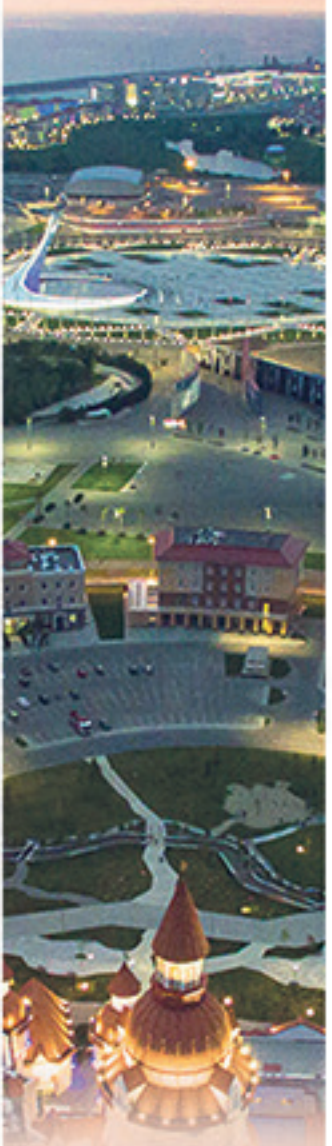
По состоянию на 1 сентября 2022 г. количество функционирующих средств размещения составляет 10 546 объектов с ёмкостью 597 983 мест, из них: коллективные средства размещения – 4 406 объектов с ёмкостью 457 684 места; индивидуальные средства размещения – 6 140 объект с ёмкостью 140 299 место. Средняя заполняемость функционирующих средств размещения Черноморского побережья составила – 85,61 %, Азовского побережья – 84,62 %, степной зоны и предгорья – 43 %, иные муниципальные образования, не относящиеся к курортным территориям – 17 %. Среднегодовая заполняемость по итогам 2021 г. составила 68 %, в том числе Черноморского побережья – 75 %, Азовского побережья – 52 %, степной зоны и предгорья – 50,98 %, иные муниципальные образования, не относящиеся к курортным территориям – 32,29 %.

Следует констатировать значительный рост данных показателей по сравнению с аналогичными периодами 2020 и 2021 гг. Так средняя заполняемость функционирующих средств размещения Черноморского побережья составила – 59,22 %, Азовского побережья – 26,6 %, степной зоны и предгорья – 42,41 %, иные муниципальные образования, не относящиеся к курортным территориям – 15,21 % [6].

Общее количество туристов, посетивших Краснодарский край за 2022 г. (без учёта однодневных посетителей), составило 16 788 153 чел. (за 2021 г. – 16 749 250 человек с увеличением в 1,4 раза к аналогичному периоду 2020 г. (2020 г. – 12 087 456 человек) и снижением на 3 % к аналогичному периоду 2019 г. (2019 г. – 17 335 382 туристов). Численность однодневных посетителей (экскурсантов) составила 6 584 689 чел. (2021 г. – 6 384 764 человек с увеличением в 1,5 раза к аналогичному периоду 2020 г. – 4 374 084 человек).

Наблюдается значительный рост показателей в текущем году к аналогичному периоду 2020 г. из-за введенных ограничений на территории Краснодарского края с марта 2020 г. в связи с распространением новой коронавирусной инфекции. Также продолжает наблюдаться положительная динамика турпотока и в начале 2022 г. (табл. 1).

По информации Краснодарстата, объём услуг, оказанный крупными и средними организациями курортно-туристского комплекса края за 2022 г., составил 56 196,2 млн рублей, темп роста 106,7 % к аналогичному периоду 2021 г. Такому росту способствовал успешный зимний сезон и новогодние праздники, майские праздники, а также высокий спрос на внутренний туризм и рост цен на проживание. Как известно, с августа 2020 г. введена



в действие программа стимулирования доступных внутренних туристских поездок через возмещение части стоимости туристской услуги, так называемая программа доступных путешествий (туристический кэшбэк). По экспертной оценке министерства, в программе доступных путешествий участвуют 15 туроператоров, 350 отелей и 39 санаториев.

Таблица 1

Турпоток в 2021–2022 гг. [6]

Общее количество туристов, чел.	2021 год	2022 год	Прирост (снижение)
	16 749 250	16 788 153	+ 2,34%
в том числе:			
Численность размещенных лиц в КСР с нарастающим итогом, чел.	8 870 612	8 897 119	+ 3,1%
Оценочно количество неорганизованных туристов с нарастающим итогом (численность размещенных лиц в ИСР – объекты со сдачей комнат внаём), чел.	3 559 546	3 891 034	+ 1,1%

По состоянию на декабрь 2021 г. на территории Краснодарского края классификацию прошли 2 968 средств размещения, из них: 5* – 41 объект; 4* – 189 объектов; 3* – 599 объектов; 2* – 308 объектов; 1* – 94 объекта; без звезд – 1 737 объектов. Добровольную классификацию прошли 118 горнолыжных трасс и 84 пляжа [6].

Меры, принимаемые для повышения уровня экономической безопасности путём интенсификации конкурентоспособности комплекса, повышения его эффективности, использования олимпийского наследия, развития общекурортной инфраструктуры, создание туристских кластеров.

Туристско-экскурсионная деятельность в Краснодарском крае включает в себя: туристских маршрутов – 128; экскурсионных маршрутов – 231; точки притяжения – 699, в том числе объектов турпоказа – 267; турагентов – 290; туроператоров – 127; экскурсионных организаций – 128.

Объекты туристского показа региона в 2022 г. посетило свыше 5 млн чел., аналогичный показатель за 2020 г. составил более 3,5 млн чел., по данным 2021 г. – более 4 млн. чел. Положительную динамику на увеличение туристского потока в регион оказала реализация программ Федерального агентства по туризму: программа стимулирования доступных внутренних туристических поездок через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги в рамках Программы лояльности для держателей карт «Мир», программа стимулирования детских доступных внутренних туристских поездок.

Сельский туризм сегодня активно развивается и быстро набирает популярность среди отдыхающих. В настоящее время в крае работает порядка ста предприятий, работающих в сфере сельского (аграрного) туризма.

Среднесписочная численность работников туристских организаций за январь – сентябрь 2022 г. составила 44 316 чел., динамика 97,6 % к аналогичному периоду 2021 г., при том, что динамика 2021 г. по сравнению с 2020 г. составила 109,1 %. Среднемесячная среднеотраслевая заработная плата в расчёте на одного работника за январь – сентябрь 2022 г. составила 51 179,2 руб., рост по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. – 112,9 % (46 120 руб.) при темпе роста к аналогичному периоду 2020 г. – 130,6 % [6].

Современный инвестиционный потенциал Краснодарского края, в настоящее время составляет 26 соглашений с объёмом инвестиций 106,9 млрд руб. Реализация данных соглашений позволит создать в регионе более 8 500 тысяч новых рабочих мест. В 2022 г. подписано 9 соглашений на сумму 85 млрд руб.

На основании данных проведённых исследований с целью повышения эффективности использования средств национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и с целью повышения экономической безопасности Краснодарского края можно внести следующие предложения:

1. Предусмотреть предоставление субсидий на конкурсной основе на поддержку общественных инициатив направленных на:

- создание и развитие пляжей на берегах морей, рек, озёр и иных водных объектов,
- обеспечение туристской деятельности и расширения доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- обустройство детских и спортивных зон отдыха;
- создание пунктов общественного питания;
- создание и развитие национальных туристских маршрутов.

Размер субсидий предлагается составить объёме от 5 до 20 млн руб., в зависимости от типа проекта.

2. Введение льготной ставки налога на имущество организаций с её снижением до 40 процентов для инвесторов, построивших средства размещения классом 3 «звезды» и более на срок до 5 лет.

3. Выстраивание оптимальной транспортной логистики в «пиковые» периоды сезона, полный запрет на дорожный и придорожный ремонты, а также ремонтные работы на объектах коммунальной инфраструктуры.

4. Провести обязательную классификацию пляжей и средств размещения в курортно-рекреационной зоне Краснодарского края.



5. Осуществлять официальную рекламную и информационную кампании для потенциальных потребителей курортно-рекреационных услуг по России и странам СНГ только на платформах министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края.

6. Осуществлять тотальный контроль за состоянием торговли, общественного питания и предоставлением услуг на пляжных территориях и в иных зонах отдыха, а также в зонах базирования курортных средств размещения.

7. Открытие пляжей и строительство курортных средств размещения в степной и восточной горной частях Краснодарского края.

8. Урегулирование земельных отношений и прав собственности на объекты недвижимости между органами государственной власти и органами местного самоуправления и частными лицами и инвесторами.

9. Эффективное использование средств курортного сбора на благоустройство курортных территорий и совершенствование курортной инфраструктуры.

10. Системный стратегический переход средств размещения и санаторно-курортного обслуживания на круглогодичный режим работы.

Для успешной реализации предложенных мероприятий разработаны и предлагаются к внедрению следующие организационно-управленческие решения:

- провести переговоры с руководством авиа- и ж/д перевозчиков с предложением оптимизации цен на билеты в ответ на краевые предпочтения;
- в рамках стратегии по маркетингу территорий провести агрессивную рекламную кампанию по представлению преимуществ курортов Краснодарского края в регионах Российской Федерации в пределах выделенных в краевом бюджете финансовых средств;
- повышать квалификацию обслуживающего персонала субъектов рекреационной сферы путём привлечения волонтеров – студентов старших курсов профильных специальностей и направлений ВУЗов Краснодарского края;
- запретить проведение необоснованных контрольных мероприятий (особенно со стороны органов муниципального контроля), проводить проверки только по жалобам потребителей рекреационных услуг;
- предпринять стимулирующие меры по привлечению инвестиций в новые направления туризма и рекреационной сферы: горноклиматический, бальнеологический, этнокультурный, гастрономический и винный, историко-этнографический, спортивный, экстремальный, охотничий, спортивно-технический, велосипедный.

- разработать и внедрить программы «лояльности» к постоянным потребителям туристских услуг (бесплатные экскурсии, посещение различных мероприятий, лотереи и аттракционы).

Список литературы

1. Салеева Т.В., Финкин Д.В., Фридрих Ю.Н. Некоторые подходы к государственному отраслевому управлению и стратегическому планированию (на примере туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края) // Экономика предпринимательства. – 2017. – № 3-2(80). – С. 595-599.
2. Берлин С.И., Попов И.В. Современные критерии обеспечения безопасности туризма как элемент национальной безопасности России // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 28(2). – С. 68-75.
3. Салеева Т.В., Миненкова В.В., Финкин Д.В. Тенденции развития индустрии туризма в условиях санкций против России // Географические исследования: Краснодарский край: сборник научных трудов / под общей редакцией А.В. Погорелова. Краснодар: изд-во Кубанского государственного университета. – 2016. – С. 127-131.
4. Берлин С.И., Берлина С.Х. Тенденции обеспечения экономической безопасности в условиях пандемии коронавирусной инфекции // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 39(4). – С. 88-96.
5. Официальный сайт министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. – URL: <http://www.min.kurortkuban.ru/> (дата обращения 22.06.2022).

© Берлин С.И., Попов И.В., Салеева Т.В., 2022

УДК 4414

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РФ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Блохинова Е.А.

студент,
кафедра частного права, Государственный
университет управления

Ушаков А.С.

студент,
кафедра частного права,
Государственный университет управления

Майорова Е.И.

доктор юридических наук,
профессор, Государственный
университет управления

В статье рассмотрены аспекты и содержание правового регулирования различных видов туризма в России. Актуальность темы заключается в геополитических реалиях 2022 г.: ограничение возможности граждан РФ выезжать в ряд зарубежных стран и необходимость расширения осведомленности граждан о

значимых достопримечательностях родной страны, ее достижениях и исторической памяти, а также охрана и защита окружающей среды, сбережение ресурсов в условиях их ограниченности. При постоянно меняющемся социально-политическом фоне, крайне важно закрепить чёткие правовые нормы, регулирующие возможность доступных и безопасных (как для туристов, так и для самих памятников культуры) путешествий по территории РФ.

Ключевые слова: РФ, туризм, правовое регулирование, Федеральные законы, экотропа, культурное наследие, охрана, понятие.

На данный момент для РФ крайне важно обеспечить реализацию ряда основополагающих принципов поддержки и развития туризма в стране, к ним относят: интеграцию планов развития туризма во все сферы хозяйственной и социальной жизни общества; стимулирование предпринимательских инициатив участников турбизнеса; сбалансированность интересов всех участников процесса развития туризма.

Необходимость реализации вышеуказанных положений обусловлена, в частности, возрастанием интереса граждан к возможности совершения путешествий в пределах территории Российской Федерации.

Так на совещании по вопросу развития сферы туризма и индустрии гостеприимства 12 августа 2022 г. председатель Правительства РФ Михаил Мишустин подчеркнул, что уже за 2021 г. внутренний турпоток в 2021 г. практически на 90 % вернулся к доковидному уровню 2019 г. и составил 56,5 миллиона человек, а также, что возросла и занятость в сфере туризма.

В обеспечении устойчивого развития туризма в РФ особую роль играет разработка комплексного долгосрочного плана взаимодействия федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ по различным вопросам развития туристической сферы. Решения, имеющие такой стратегический характер, были приняты по итогам совещания по вопросу развития сферы туризма и индустрии гостеприимства, состоявшегося 12 августа 2022 г. в Горно-Алтайске.

Так, Председатель Правительства РФ Михаил Мишустин, дал поручение: высшим должностным лицам субъектов Российской Федерации обеспечить на регулярной основе сбор информации от граждан по вопросам, связанным с развитием внутреннего туризма [6]. Вместе с этим он дал и ряд иных поручений различным организациям предпринять меры, направленные на развитие и поддержку туризма, ориентированного на доступность и комфорт путешествий туристов по РФ.

На вышеупомянутом совещании руководитель Ростуризма РФ, З.В. Догужева подчеркнула, что на данный момент активно идёт работа по стандартизации нормативно-правового блока. Она отметила актуальность разработки нового законопроекта, касающегося дальнейшего

«обеления» отрасли и вывода гостевых домов из «серой» зоны, что напрямую скажется на качестве сервиса в этом сегменте. Документ сейчас находится в правительственной подкомиссии по регуляторике и в ближайшее время будет внесён в Правительство [8].

Стоит отметить важность регулирования антикоррупционной базы в сфере туризма, работники Минстроя разработали и утвердили в Правительстве порядок доведения субсидий регионам на строительство обеспечивающей инфраструктуры для туристических объектов для синхронизации источников финансирования и разграничения направлений финансирования.

Одним из привлекательных коммерческих источников сейчас являются инвесторы, которые при участии в корпорации получат поддержку государства, предусмотренную Постановлением Правительства от 09.02.2021 № 141 [6].

Участники совещания 12 августа 2022 г. отметили и необходимость изменения законодательства, связанную с внесением в него понятия «туристическая тропа». В современном мире нельзя обойти стороной влияние любой деятельности людей на экологию и последствия разрастающейся инфраструктуры. Экотропы представляют собой регуляторы турпотока, распределяющие их в относительно безопасные как с точки зрения туриста, так и с точки зрения природы места. Это позволяет снизить антропогенную нагрузку на природу и способствуют сохранению природы, экопросвещению [2].

В Конституции РФ закреплено, что каждый имеет право на благоприятную окружающую среду, каждый обязан сохранять природу и окружающую среду, бережно относиться к природным богатствам, которые являются основой устойчивого развития, жизни и деятельности народов, проживающих на территории РФ [1].

Помимо защиты окружающей среды совершенствование индустрии туризма и гостеприимства в РФ направлено и на сохранение исторической памяти населением страны, а также популяризацию идей государственного единства и исторической правды. Необходимость развития данных направлений обусловлена введенными в 2020 г. поправками в ст. 67.1 Конституции РФ, суть которых заключается в том, что РФ обеспечивает защиту исторической правды, РФ объединена тысячелетней историей и сохраняет память предков, а также преемственность в развитии Российского государства, признаёт исторически сложившееся государственное единство [1, 4].

Полагаем, что важной задачей является отражение вышеуказанных конституционных положений в отраслевом законодательстве.



В статье 1 Федерального закона от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» зафиксированы основные термины, используемые в вышеуказанном нормативном правовом акте.

В частности, закреплено понятие туризма, в котором определены виды лиц, являющихся туристами, а также цели (лечебно-оздоровительные, рекреационные, познавательные, физкультурно-спортивные, профессионально-деловые и иные) осуществления путешествий [3].

Необходимо отметить, что в настоящее время наблюдается тенденция к конкретизации видов туризма и их закреплению законодателем в качестве самостоятельных терминов.

Так, Федеральным законом от 02.03.2016 г. № 49-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность» ст. 1 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» была дополнена определением детского туризма, а Федеральным законом от 02.07.2021 г. № 318-ФЗ – конкретизировано понятие сельского туризма [3].

Следует подчеркнуть, что в вышеуказанной статье отсутствуют определения понятий культурно-познавательного туризма, а также культурно-исторического туризма, являющегося его видом. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» термин «культурно-познавательный» используется в широком смысле как цель при разработке и реализации комплекса мер по организации экскурсий и путешествий для обучающихся в общеобразовательных организациях (абзац 37 статьи 3.1, абзац 11 статьи 3.2 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») [3].

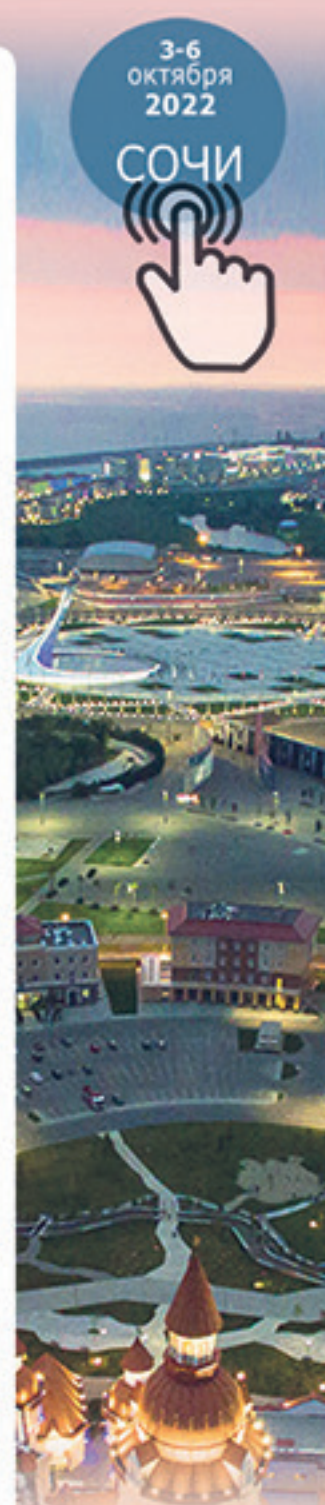
Актуальность анализируемых понятий и необходимость законодательного закрепления обусловлена, по нашему мнению, их присутствием в документах (как федерального, так и регионального характера) системы стратегического планирования. Так, в пункте 4.5 Прогноза долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г., разработанного Минэкономразвития России, указано, что содействие развитию культурно-познавательного туризма является одним из основных приоритетов социальной и экономической политики в сфере туризма [9]. Согласно подпункту «е» пункта 24 Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г., утверждённой Указом Президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645, развитие культурно-исторического и экологического туризма является одним из основных направлений реализации Стратегии в отдельных муниципальных образованиях Республики Карелия [5].

Таким образом, культурно-историческое наследие является важным направлением туризма в РФ, для развития которого требуется чёткое нормативно-правовое регулирование, закрепляющее все актуальные определения и положения, что будут способствовать эффективному контролю развития данного направления государством путём привлечения ресурсов внутренних инвесторов. Вместе с этим необходимо административно обеспечить соблюдение законодательства об охране культурного наследия народов России. А главное, что данное направление туризма крайне актуально в современных реалиях геополитики в связи с необходимостью осведомить граждан об истории родной страны, о её достижениях, культуре и тем самым развить идею национального единства для поддержки граждан. Нормативные акты позволят на долгое время сохранить культурное наследие, самобытность, обычаи, которые неразрывно связаны с имиджем уникальной страны – Российской Федерации.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007040001> (дата обращения 07.09.2022);
2. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды». – URL: <https://base.garant.ru/12125350/> (дата обращения 07.09.2022);
3. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". – URL: <https://base.garant.ru/136248/> (дата обращения 07.09.2022);
4. Закон Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 14.03.2020 № 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202003140001> (дата обращения 07.09.2022);
5. Указ Президента РФ от 26 октября 2020 г. № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202010260033> (дата обращения 07.09.2022);
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 09.02.2021 № 141 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и государственной корпорации развития «ВЭБ.РФ» на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным по льготной ставке инвесторам для реализации инвестиционных проектов, необходимых для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма, создания и развития туристских кластеров, способствующих развитию внутреннего и въездного туризма, и о внесении изменения в Положение о Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202102160025> (дата обращения 07.09.2022);
7. Поручение Правительства РФ от 23.08.2022 «О решениях по итогам совещания по вопросу развития сферы туризма и индустрии гостеприимства». – URL: <http://government.ru/orders/selection/401/46318/> (дата обращения 07.09.2022);
8. Стенограмма совещания о развитии индустрии туризма и гостеприимства. – URL: <http://government.ru/news/46227/> (дата обращения 07.09.2022);
9. "Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года" (разработан Минэкономразвития России). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/ (дата обращения 07.09.2022).

© Блохинова Е.А., Ушакова А.С., Майорова Е.И., 2022



ВЛИЯНИЕ ЭТНО-ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА РЕАЛИЗАЦИЮ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Боджсуа А.Ю.

кандидат экономических наук,

научный сотрудник

лаборатории экономических исследований

ФИЦ СНЦ РАН

Современная тенденция усиления социальной роли туризма, содействие обеспечению максимальной доступности лечебно-оздоровительных, культурно-познавательных и других туристских услуг с целью оздоровления граждан Российской Федерации и обеспечения им комфортных условий для восстановления трудовых сил, опосредует первостепенную важность комплексного развития внутреннего и въездного туризма в РФ за счёт предоставления комфортных организационно-экономических условий для всех участников рынка в целях создания качественного и конкурентоспособного на мировом рынке туристского продукта. В современной реальности национальные являются важнейшим инструментом обеспечения прорывного социально-экономического и научно-технического развития государства, повышения качества жизни граждан путём обеспечения продовольственной безопасности, повышения доступности жилья, качества образовательных услуг и услуг здравоохранения, развития спортивной инфраструктуры, повсеместного внедрения цифровых технологий в инженерную и транспортную инфраструктуру.

Ключевые слова: Этно-гастрономический туризм, национальные проекты, национальные цели развития, социальная функция.

Современные глобальные изменения мирового пространства, затрагивающие не только межгосударственные связи, но и общечеловеческие ценности, отказывают разрушительное воздействие все мировое сообщество, искажая мировую историю и подрывая традиционные духовно-нравственные ценности и моральные принципы. Деструктивному воздействию подвержены базовые нормы морали, культурные основы, религиозные устои и семейные ценности. На геополитическом уровне формируется устойчивая тенденция нарастания межнациональных и межконфессиональных конфликтов и ненависти. Российская Федерация находится в условиях постоянного насаждения отрицательных социальных и моральных установок, противоречащих общенациональным традициям, верованиям и убеждениям.

ТУРИЗМ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Усиление государственного контроля за обеспечением достижения национальных целей развития Российской Федерации, сместило вектор национальных приоритетов в сторону необходимости реализации государственных задач [9]:

– формирование возможностей для самореализации и развития талантов, создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций;

– увеличение числа посещений культурных мероприятий;

– формирование комфортной и безопасной среды для жизни;

– улучшение качества транспортной инфраструктуры;

– создание условий для достойного, эффективного труда и успешного предпринимательства, а также увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства;

– обеспечение темпа устойчивого роста доходов населения.

Выделение на государственном уровне таких важных общенациональных целей развития подчеркивает необходимость обеспечения экономического роста и развития посредством координирования деятельности всех хозяйствующих субъектов на всех уровнях управления: от мелкого производства товаров и услуг до национальной экономики страны в целом.

Туризм в целом, суть которого перемещение людей с различными целями, формирование межкультурной коммуникации и обмена, обеспечивающий связь народов и цивилизаций в территориальном и временном разрезе, реализует отражает также и экономическую суть любой хозяйственной деятельности – получение прибыли [3].

Мультипликативный эффект туризма, выражающийся в сопутствующем развитии смежных отраслей экономики за счет дополнительных затрат туристов на проживание, питание, транспортные услуги, экскурсионные расходы, покупки, развлечения, определяет экономическую значимость туристской отрасли в мировом масштабе, обеспечивая дополнительные рабочие места и способствуя общему социально-экономическому развитию региона (более 300 млн рабочих мест в мире обеспечивает отрасль туризма, что составляет около 10 % экономически активного населения). При общем населении Земли более 6 млрд человек, количество путешествующих составляет примерно четвертую его часть, а каждый турист обеспечивает около 3–4 рабочих мест в регионе [4].

Одной из основных целей туризма является познание народов, их культур, традиций и обычаев. Именно социальная функция туризма способствует реализации такой возможности знакомства с другими странами, регионами и обеспечения доверительных отношений между народами различных религий, и культур.



Материалы международной научно-практической конференции

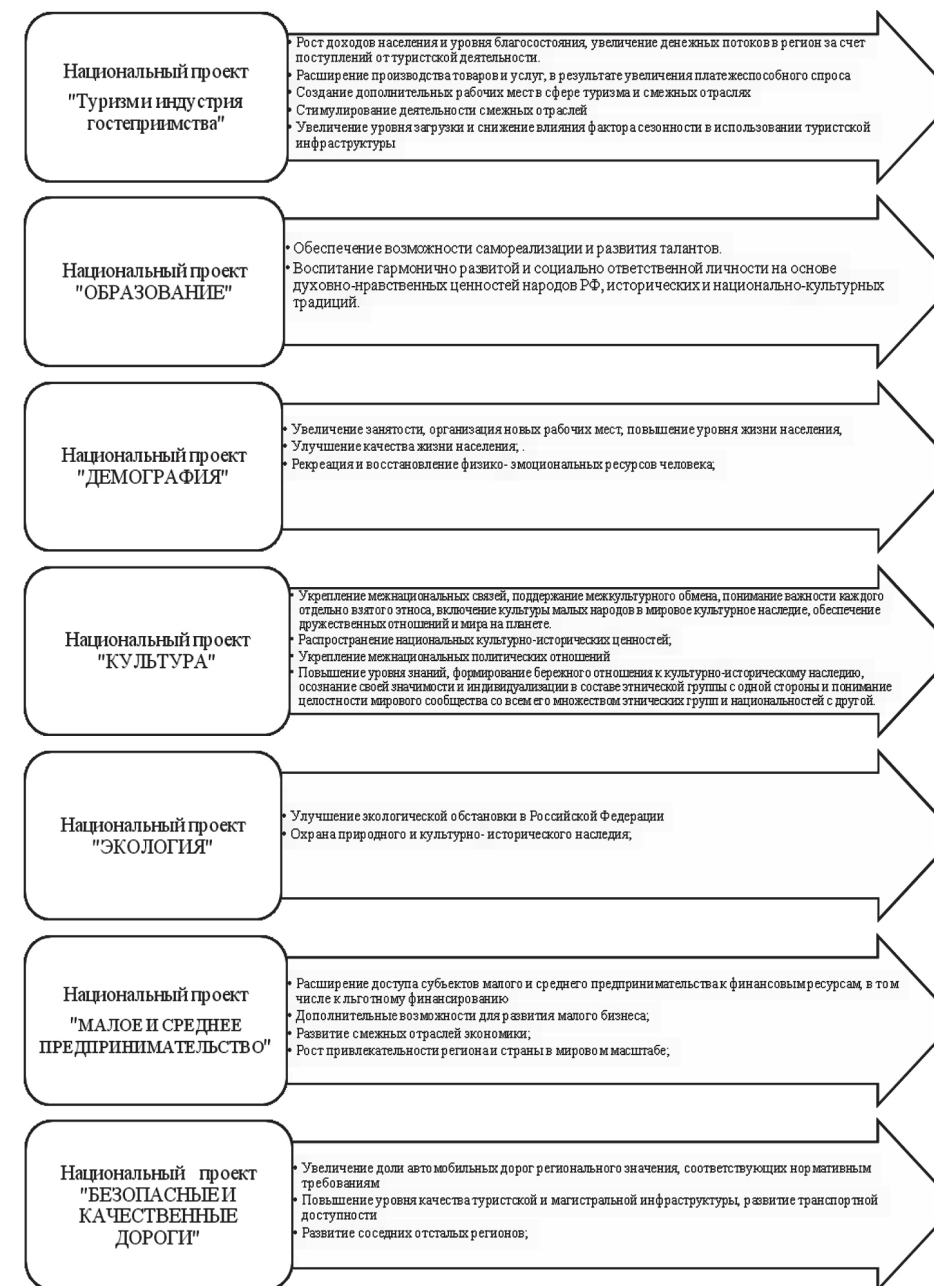


Рисунок 1 – Социально экономический эффект этно-гастрономического туризма

Как феномен, позволяющий отойти от унифицированных стандартов современности, этно-гастрономический туризм, включающий образовательные и воспитательные аспекты, культурно-историческое просвещение,

религиозное познание, развлекательное сопровождение и физическое удовлетворение, является перспективным направлением современной туристической индустрии и инструментом этнокультурного возрождения народов мира, и поддержания целостности мирового культурного пространства.

Богатый многонациональный состав Российской Федерации (более 160 национальностей) определяет разнообразие культурно-традиционных ценностей быта и хозяйствования в каждом регионе, обеспечивая уникальные этнические и гастрономические особенности территориального производства, традиционные блюда национальной кухни проживающих народов и этносов. Этно-гастрономические особенности являются идентификатором территории, создавая у туристов ощущение вовлеченности и аутентичности региона, определяя вектор новых туристских продуктов и направлений, расширяя туристский потенциал.

Основная цель этно-гастрономического туризма в контексте социального развития – обеспечение условий для межкультурного обмена в аутентичных условиях взаимодействия и сосуществования различных культур, традиций и религий.

Реализуясь как сектор экономики, этно-гастрономический туризм аккумулирует многообразие форм своего проявления и протекающих социальных и хозяйственных процессов, оказывающих мультипликативный эффект на социально-экономическое развитие общества [8].

Актуальность развития этно-гастрономического туризма в Российской Федерации обусловлена рядом факторов, формирующих туристский интерес: большое количество национальностей, богатое культурно историческое наследие, традиции и обычаи гостеприимства, разнообразная и неповторимая кухня, увеличение числа посетителей ресторанов, популяризация гастроконтента (многочисленные кулинарные шоу и программы, участие известных шеф-поваров в роли артистов, приносящее им популярность и известность). Количество только иностранных туристов, посещающих Россию с целями гастрономического туризма, составляло (до 2020 г.) в среднем около 30 000 человек. При общем сокращении общего оборота туристской отрасли на 70 % (с 3,7 трлн руб. в 2020 г. до 2,5 трлн руб. – в 2021 г. [2]), доля гастрономического туризма, по усредненным подсчётам, составила около 10 % общего туристского потока. В 2020 г. сокращение выездных туристских потоков и смещение вектора туризма в сторону внутренних поездок, обеспечили рост внутреннего туризма на 35 % в 2021 г. [2]. Политика импортозамещения, инициированная с 2014–2015 гг., и нашедшая отражение в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства», заработала в полной мере.



А рост рынка внутреннего гастрономического туризма с этническими компонентами в Российской Федерации опережает рост внутреннего туризма в целом (в 2020–2021 г. гастрономические потоки увеличились в 4 раза, при этом рост внутреннего гастрономического туризма составил 20 % в то время как рост внутреннего туризма в целом составил только 10 % [6]).

Опыт развития этно-гастрономического туризма в Краснодарском крае основан на активном продвижении ресторанов национальной кухни (этнографический комплекс «Амшенский Двор», греческий ресторан Таверна Каньон в г. Сочи), создании фермерских хозяйств и комплексов с этнической спецификой (винное подворье старого река в г. Анапа, этническая деревня «Кубанский хутор» в г. Ейск), строительстве этнографических объектов (туристический комплекс казачьей станицы «Атамань», этнический центр «Черкесский аул» в г. Анапа, этнографический парк «Моя Россия» в пос. Красная поляна).

Продвижение региона как центра крупномасштабных спортивных событий (Зимние Олимпийские Игры 2014 Формула 1, Чемпионат Мира по футболу 2018 г.) сформировало благоприятный инвестиционный климат территории. Разработка инвестиционных проектов с привлечением частных инвесторов для строительства туристской инфраструктуры актуализировало предпринимательскую активность.

Финансовая поддержка строительства объектов гастрономического туризма осуществлялась с участием государственных корпораций (в т. ч. строительство этно-парка «Моя Россия» осуществлялось при поддержке ассоциации зимних олимпийских видов спорта, с инвестициями более 2 млн руб., в т. ч. 1,5 млрд руб. – частные инвестиции, а 650 млн руб. – собственные средства АЗОВС) и частной предпринимательской инициативы (стартовые частные инвестиции 1 млн руб. – в строительство пивоварни, 2 млн руб. – в строительство фермы и др.)

Всего в период 2009–2021 гг. реализовано 13 крупных инвестиционных проектов на общую сумму 45,847 млрд рублей.

Этно-гастрономический туризм, как социально-экономическая категория, направлен на укрепление межнациональных связей и формирование межкультурного взаимодействия через изучение особенностей хозяйствования и быта национальных этнических меньшинств [1].

В итоге локальный этно-гастрономически туристский потенциал реализуясь в достаточном объёме, обеспечивает приток туристов в регион, рост доходов, дополнительные рабочие места, развитие туристской и обслуживающей инфраструктуры.

Реализуемые национальные проекты направлены на поддержку развития предпринимательской активности (льготное кредитование стро-

ительства гостиниц), улучшение инфраструктуры, увеличение внутренних туристских потоков (программы туристического кэшбека), культурное образование и просвещение общества, обеспечение возможностей для самореализации и развития талантов, что и определяет его прямое и косвенное воздействие на достижение национальных целей развития Российской Федерации.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Туризм и культурное наследие: межвузовский сборник научных трудов / под редакцией: Д.Е. Луконина, Т.В. Черевичко. Саратов: Изд-во Саратовского университета. – 2018. – С. 10-18.
2. Дашян К.П. Мировая туристическая индустрия в период пандемии COVID-19 и пути выхода из неё // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 44(3). – С. 86-92.
3. Горбатов С.А. Исследование социальной значимости молодежного туризма // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 5(37). – С. 78-86.
4. Горбатова А.А. Факторы развития социально-ориентированного туризма // Вестник академии знаний. – 2021. – № 6. – С. 89-96
5. Зигерн-Корн Н. Теоретическое обоснование государственной политики пространственного развития туризма // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. – 2019. – № 2. – С. 30-39
6. Кушев Н.П. Туризм как объект социологического анализа в современной России // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. Соц. науки. – 2014. – № 1(33). – С. 63-68
7. Маргиева Н.Т. Сфера туризма в России: состояние и перспективы развития // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 10-1(63-1). – С. 141-145.
8. Мишулина С.И., Матова Н.И. Особенности проявления социально-экологической ответственности бизнеса в отечественной индустрии туризма // Регион: Экономика и Социология. 2020. – № 4. – С. 235-259
9. Харазиева Л.В. Этно-гастрономический туризм как важный ресурс развития региональной экономики // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: материалы XVI международной научно-практической конференции, текстовое электронное издание. – Краснодар, 2021. – С. 273-277.
10. Чуваткин П.П., Войнова Я.А. Системный подход формирования и развития туристского пространства Российской Федерации // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 37(5). – С. 308-316.

© Боджгуа А.Ю., 2022

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА «СЕРЕБРЯНОГО» ВОЗРАСТА В РОССИИ

Бузулукова Е.В.

*кандидат экономических наук, старший научный сотрудник
лаборатории институционального анализа экономического факультета,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*

Шерешева М.Ю.

*доктор экономических наук, профессор, заведующая лабораторией
институционального анализа экономического факультета,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*

Ли Тяньтянь

*аспирант экономического факультета,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова*

В связи со старением населения, а также меняющейся роли старшего поколения в обществе, развитие «серебряного» туризма является привлекательным направлением для исследования. Цель исследования – описание особенностей туризма старших возрастов в России. Анкетирование показало, что «серебряные» туристы стремятся к активным путешествиям, предпочитая курортный, культурно-познавательный и оздоровительный туризм. При этом существенными ограничениями для них являются снижение доли располагаемых доходов, недостаточный уровень комфорта в транспорте, языковой барьер, а также недостаток информации о поездках.

Ключевые слова: туризм серебряного возраста, туризм для людей старшего возраста, Россия, туризм.

В 2020 г. в мире насчитывалось 727 миллионов человек в возрасте 65 лет и старше [12, с. 1]. В течение следующих трёх десятилетий число людей старших возрастов во всем мире, по прогнозам, увеличится более чем вдвое и к 2050 г. превысит 1,5 миллиарда. Ожидается, что в глобальном масштабе доля населения в возрасте 65 лет и старше увеличится с 9,3 процента в 2020 г. примерно до 16,0 процента в 2050 г. В России также наблюдается рост доли возрастных людей. На 1 января 2022 г. 16,0 % (на начало 2021 г. – 15,8 %) жителей страны находится в возрасте 65 лет и более [10, с.2]. При этом существенной особенностью этой группы является высокая доля женщин.

В 2021 г. произошёл рост спроса внутреннего туризма на 30 % благодаря следующим факторам: закрытые границы, программы кэшбека, усилия туроператоров по наращиванию объёмов и организации чартеров внутри страны. Доля организованного туризма в общем потоке внутренних туристов в 2021 выросла ещё на 3 % по сравнению с 2019 г. и составляет 23 %. Поскольку внутренний туризм как правило дешевле и не требует долгих перелётов, то он может стать привлекательным и для людей старшего поколения.

Расширение спроса со стороны туристов пенсионного возраста носит достаточно устойчивый характер, доля пожилых туристов ежегодно увеличивается. Например, по оценке экспертов, на долю европейцев третьего возраста приходится более 25 % всех зарубежных поездок [3]. Следует отметить, что большую роль в увеличении туристских потоков лиц старшего возраста играет финансирование таких поездок за счёт фондов социальной поддержки.

Российское правительство разрабатывает программы поддержки туризма путешественников старших возрастов, а именно в «Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года» сказано, что развитие лечебно-оздоровительного, культурно-познавательного, экологического, религиозного, круизного и др. видов туризма в форме, доступной для граждан старшего поколения, является одним из приоритетов. Также действует федеральный проект «Старшее поколение» (2019–2024 гг.), направленный на создание программы системной поддержки и повышения качества жизни возрастной категории граждан. Льготные поездки, предлагаемые социальными службами, также расширяют возможности «серебряных» туристов для путешествий [11].

Цель исследования состоит в описании особенностей туризма «серебряного» возраста, а также поиске возможностей и ограничений для российских туристов старших возрастов.

Комплексное социологическое исследование «Жизненные стратегии и социальные практики активного долголетия людей» показало изменившуюся роль людей «серебряного» возраста, которые становятся более активными и включаются в процессы формирования человеческого капитала страны [5, с. 7]. Наличие проблем со здоровьем не является причиной отказа для поездки для возрастных туристов, а лишь предъявляет более серьёзные требования к подготовке путешествия и выбору места [2]. Вопреки более ранним представлениям, «серебряные» туристы ведут активный образ жизни, вовлекаясь в социальные и спортивные активности [7]. Почти две трети туристов подтвердили готовность участвовать в спортивном туризме в форме пеших прогулок, плавании, рафтинге, рыбалке и поездках на лошадях.

Преимуществом этой группы туристов является то, что они не имеют временных и сезонных ограничений при совершении поездки. Старшее поколение, выйдя на пенсию готово и имеет возможность тратить на путешествия больше времени. Это позволяет туроператорам поддерживать спрос в течение всего года, что снижает их убытки в «мертвый» сезон [4]. Путешествия в низкий сезон или по «горящей» путевке позволяют пенсионерам экономить до 75 % от обычных цен, что даёт возможность лицам преклонного возраста путешествовать достаточно часто. Туристов старшего возраста не случайно называют «серебряными»: игра слов напоминает одновременно и о «благородной седине», и о том, что «серебряные потребители» готовы достаточно много тратить [5, с. 58-59].

Туристы старшего возраста предпочитают в основном курортный, культурно-познавательный, круизный, лечебно-оздоровительный и событийный туризм. Особенности путешественников этого возраста



являются: предпочтения семейных путешествий в расширенном составе, богатый опыт путешествий в молодости, приверженность дестинациям и повторные путешествия, высокий интерес к автотуризму, частые путешествия к собственному загородному дому [1]. Наиболее привлекательными факторами для путешествий «серебряные» туристы называют: безопасность, природно-климатические условия, исторические достопримечательности, качество сервиса, удобная транспортная доступность, желание убежать от шума и суеты города [8]. Наиболее частым видом транспорта для возрастных туристов являются (в порядке уменьшения доли): автобусные туры, путешествие на машине, перелёты [8].

Основными ограничениями для туризма людей старших возрастов являются: дороговизна поездок, отсутствие привычки и культуры совершения туристических поездок, языковые барьеры, угроза здоровью, страх потеряться, недостаток льготных программ, сложности транспортной доступности, а также нехватка информации о возможных туристических поездках [3, 7, 8]. Также путешественники отмечают, что в России не хватает туристических услуг, ориентированных на старший возраст, и, при их наличии, они стали бы чаще ездить в поездки [2]. Теперь перейдём к исследованию российских туристов старших возрастов, которое было проходило в январе – июне 2022 г.

Нами было проведено исследование российских туристов старших возрастов методом онлайн анкетирования, при этом, если у респондента старшего возраста возникали сложности с заполнением анкеты, то интервьюер связывался и заполнял анкету со слов респондента. Количество респондентов составило 205 человек. Анкета состояла из 4 частей: профиль респондента, предпочтения туристов старших возрастов, общая удовлетворённость совершенными в последнее время путешествиями, предложения для улучшения туристических продуктов. Профиль респондентов можно увидеть в таблице 1.

Хотя исследование было сфокусировано на путешественниках старших возрастов, существенную долю респондентов составили люди 41–60 лет (52,1 %), поскольку выборка относительно небольшая, мы не стали исключать их ответы из анализа результатов.

Опрос показал, что российские туристы старшего возраста любят путешествовать вместе с семьей и родственниками (38,5 %), с хорошими друзьями (40,4 %) или в туристической группе (12,19 %). Доля тех, кто предпочитает путешествовать в одиночестве, составила 8,78 %.

С точки зрения наиболее привлекательных драйверов путешествия, ответы респондентов распределились следующим образом (табл. 2):

Таблица 1

Профиль респондентов

Критерии исследования	Параметры	частота	В процентах
Пол	Мужчины	93	44,0%
	Женщины	112	56,0%
Возраст	41-50	53	24,2%
	51 -60	61	27,9%
	61-70	61	27,8%
	70 лет и старше	44	20,1%
Место работы	Государственное предприятие	36	16,4%
	Частное предприятие	67	30,6%
	Предприниматель	56	25,6%
	Зарубежная компания	17	7,8%
	На пенсии	43	19,6%

Таблица 2

Ответы на вопрос, что привлекает в путешествиях

Вопрос	Категория	Частота	(%)
Что привлекает в путешествиях	Достопримечательности	78	38,04
	Народные обычаи	20	9,75
	Природа	105	51,21
	Еда	29	14,14
	Культура и искусство	41	15,12
	Возможность поправить здоровье	58	26,82
	Шопинг	49	17,07
	Культурные мероприятия	17	8,29
	Другое	29	14,14

Таким образом мы видим, что самым привлекательным драйвером для респондентов при выборе места путешествия является природа и климат, на втором месте достопримечательности, на третьем – возможность поправить здоровье.

При выборе места размещения респонденты указали следующие предпочтения (табл. 3):



Таблица 3

Предпочтения при выборе места размещения

Выбор места проживания	Категория	Частота	(%)
	Пятизвездочный отель	49	23,9
	Бюджетный отель	83	40,48
	Хостелы	47	21,46
	Родственники/друзья	20	9,75
	Другое	6	2,92

Из таблицы 3 видно, что большая часть туристов предпочитает останавливаться в недорогих отелях, видимо, это ограничение вызвано низким уровнем доходов российских туристов старшего возраста.

Источники информации о туристических продуктах для респондентов были следующие (табл. 4):

Таблица 4

Источники информации при выборе туристического продукта

Категория	Частота	(%)
Родственники и друзья	96	46,82
Российское туристическое агентство	117	57,07
Реклама в СМИ, на телевидении	22	10,73
Интернет	163	79,51
Путеводители	38	18,53
Другие	44	21,46

Основным источником информации для «серебряных» туристов является интернет, хотя в предыдущих исследованиях [8], основным источником были знакомые и друзья, что подтверждает предположение об активной позиции этой категории туристов при выборе места отдыха. На втором месте по популярности были туристические агентства, на третьем рекомендации родственников и друзей.

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:

- Женщины составляют большую долю в туристическом потоке.
- Основным фактором выбора направления для путешествий является природные и климатические условия, а также достопримечательности.
- Автобусы, поезда, автомобили и самолёты являются основными видами транспортных средств в путешествиях.
- Туристы старших возрастов предпочитают останавливаться в недорогих гостиницах.
- Туристам нравится пробовать местную кухню (34,63), но примерно такая же часть все же предпочитает западную (30,73 %).

Основным источником информации при выборе путешествия для туристов старших возрастов является интернет, на втором месте туристические агентства, на третьем – знакомые и друзья.

Для туристов старших возрастов является важным комфорт передвижения, и они указывают это одним из факторов, требующие особого внимания со стороны туристических агентств и дестинаций.

Ещё одним направлением улучшения туристических услуг респондентами были указаны знание языков и качество обслуживания. Поскольку изучение языков составляет трудности в этом возрасте, то часто именно незнание языка становится барьером для путешествий.

К сожалению, важнейшим ограничением для совершения путешествий для туристов старших возрастов является уровень дохода, также можно выделить такие факторы как недостаток специализированных тур. программ, угрозы здоровью, недостаточная информированность, сложности транспортной доступности. Поскольку 67 % респондентов отметили существенное сокращение располагаемых доходов в последний год, туристические поездки «серебряных» туристов могут существенно сократиться в 2022–2023 году.

Список литературы

1. Илькевич С.В. Перспективы туризма старшего возраста в контексте пенсионной реформы в России // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2018. – 4. – С. 66-71. DOI: 10.17747/2078-8886-2018-4-66-71.
2. Шерешева М.Ю., Березка С.М. Интерес российских потребителей 50+ к туристическим услугам: результаты исследования // Новая экономика и региональная наука. – 2016. – № 3(6). – С. 342-345.
3. Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е. Туризм третьего возраста: предпочтения, требования, ограничения Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал), Шерешева М. Ю., Полянская Е.Е. Туризм третьего возраста: предпочтения, требования, ограничения // Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал). – 2017. – № 61. – С. 55-75.
4. Alén E., Losada N., Domínguez V.T. The Impact of Ageing on the Tourism Industry: An Approach to the Senior Tourist Profile. – 2015. – Social Indicators Research. 127.



DOI: 10.1007/s11205-015-0966-x.

5. Patterson I., Balderas-Cejudo A., Pegg S. Tourism preferences of seniors and their impact on healthy ageing // Anatolia. – 2021. – 32:4. – С. 553-564. DOI: 10.1080/13032917.2021.199975.
6. Sedgley D., Pritchard A., Morgan N. Tourism and ageing: A transformative research agenda // Annals of Tourism Research. – 2011. – 38. – С. 422-436. DOI: 10.1016/j.annals.2010.09.002.
7. Sheresheva M., Buzulukova E. Senior Sport Tourism in Russia // Social Networks and the Economics of Sports. Springer International Publishing Switzerland. – 2014. – С. 59-74.
8. Zielinska-Szczepkowska J. What Are the Needs of Senior Tourists? Evidence from Remote Regions of Europe // Economies. – 2021. – 9 : 148. – URL: <https://www.mdpi.com/2227-7099/9/4/148> accessed: 19.09.2022). DOI: 10.3390/economies9040148
9. В АТОР подвели туристические итоги 2021 г. 22.12.2021. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения 19.09.2022)
10. Росстат. Численность населения РФ по полу и возрасту на 01.01.2022 (Статистический бюллетень). – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_naselrv_01-01-2022.pdf (дата обращения 19.09.2022)
11. Юршина М. Туризму все возрасты покорны: в России появятся спецпрограммы для пенсионеров. 28.09.2020. – URL: <https://profile.ru/society/turizmu-vse-vozrasty-pokorny-v-rossii-poyavyatsya-specprogrammy-dlya-pensionerov-409743/> (дата обращения 19.09.2022)
12. United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2020). World Population Ageing 2020 Highlights: Living arrangements of older persons https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/undesd_pd-2020_world_population_ageing_highlights.pdf (accessed: 19.09.2022)

© Бuzuлyкoвa E.В., Шepшeвa M.Ю., Ли ТяньТянь, 2022

УДК 332.1

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПРОСТРАНСТВЕННОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Войнова Я.А.

кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник лаборатории
экономических исследований ФИЦ СНЦ РАН

В статье приводится обоснование целесообразности применения концептуального подхода к развитию туризма и индустрии гостеприимства как отправной точки достижения приоритетных стратегических целей, системного формулирования соответствующих задач и способов их достижения. Автор показывает соотношение концептуального, стратегического, проектно-целевого уровней управления, приводит содержательную часть концепции пространственного развития, основанную на характеристиках элементов туристского пространства, оценке уровней развития пространств регионов туристско-рекреационной специализации. Особого внимания заслуживает предложенная схема целеполагания концепции развития туристского пространства и методика оценки ключевых характеризующих характер этого развития параметров.

Ключевые слова: концепция, концептуальный, подход, стратегия, пространственное, развитие, туризм, индустрия, гостеприимство.

Механизм концептуально-стратегического управления может считаться высокоэффективным способом достижения устойчивого пространственного развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях повышения нестабильности политических, экономических, социальных и других общественных отношений. Формирование концептуальной основы развития туристского пространства предполагает фокусировку на достижении генеральной цели управления развитием, что впоследствии становится основой реализации принципа оптимальности концентрации ресурсной базы и её распределения с учётом регионального потенциала и перспективных видов туристско-рекреационной деятельности.

Формирование единой пространственной Концепции развития туризма и индустрии гостеприимства позволило бы на уровне федерации сформулировать видение относительно пути развития регионов туристской специализации на основе оценки уникальных характеристик географического, культурного, социального и экономического пространств, сложившихся согласно природно-климатическим особенностям, национальной культуре местного населения, уровню развития хозяйственной системы. Разделение регионов по туристской специализации с одной стороны и согласованность множества туристских пространств от уровня дестинаций и регионов с другой стороны в конечном итоге позволили бы сформировать единое национальное туристское пространство, сочетающее в себе культурную многоликость народов России, разнообразие и неповторимость привлекающих туристский интерес природных объектов, природных лечебных ресурсов, особенностей местной архитектуры, способов организации и ведения хозяйства.

Таким образом, структура единого туристского пространства России могла бы иметь следующий вид (рис. 1):

Процессуальный цикл управления пространственным развитием туризма и индустрии гостеприимства на основе использования концептуального подхода должен осуществляться следующим образом (рис. 2):

Данная схема отражает соотношение концептуального, стратегического и программно-целевого уровней управления пространственным развитием туризма и индустрии гостеприимства.

В основе формирования Пространственной концепции развития лежит оценка регионального потенциала, которая методологически осуществляется по четырём аспектам, в сумме характеризующих пространство региона: географический, социальный, культурный и экономический аспекты (табл. 1).

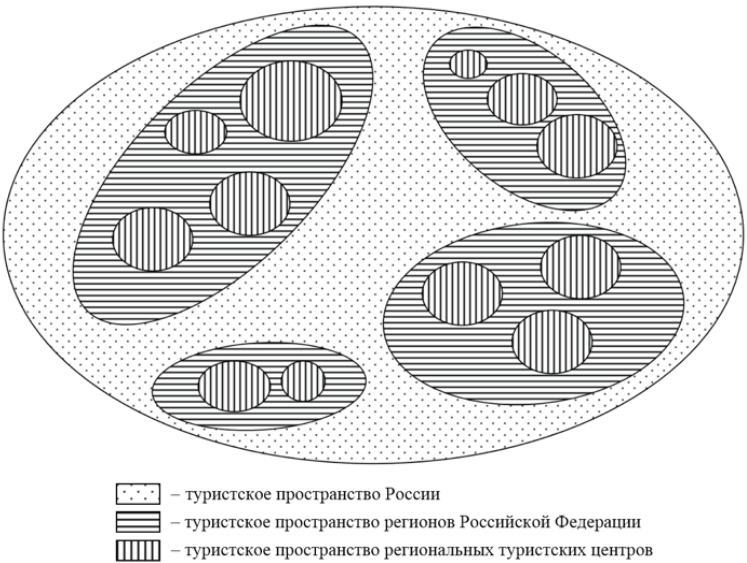
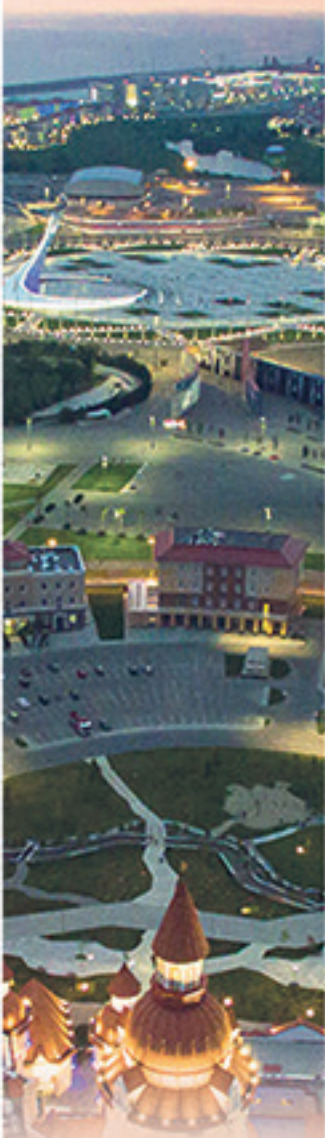


Рисунок 1 – Структура туристского пространства Российской Федерации



Рисунок 2 – Процессуальный цикл управления пространственным развитием туризма и индустрии гостеприимства

Применение концептуального подхода к формированию и развитию туристского пространства позволит чётче формулировать стратегическое видение, определять цели и ставить задачи развития туристско-рекреационной деятельности в разрезе составляющих его географического, экономического, социального и культурного пространства с учётом их специфического содержания, взаимной связи, обусловленности, подчинённости.

Таблица 1

**Параметры пространственного развития
региона туристско-рекреационной специализации**

Научный подход	Понимание ТП в рамках подхода	Ключевые параметры развития ТП	Цели развития ТП	Ожидаемый результат развития ТП
Географический	Природные туристско- рекреационные ресурсы	Лечебные ресурсы, пляжи, ландшафт, климат, экология	Развитие инфраструктуры природных ресурсов	Развитие ТП на основе устойчивого использования природных ресурсов
Экономический	Туристско- рекреационная деятельность экономических субъектов	Средства размещения, питания, транспорта, досуга и пр.)	Повышение количественных и качественных результатов деятельности туристских предприятий	Повышение качественных и количественных показателей деятельности туристских объектов. Рост турпотока
Социологический	Развитие социальных субъектов (индивидов, групп, сообществ)	Поведение туристов и местных жителей, ценностные ориентации	Прогнозирование туристских потребностей с учётом интересов местного сообщества	Повышение туристского спроса на продукт, создаваемый в пределах туристского пространства
Культурологический	Местная культура и культурное наследие населения региона	Культура, традиции, обычаи, народные промыслы, объекты, культурное наследие	Формирование туристского интереса к местной культуре и историческим ценностям	Повышение интереса к местной культуре, обычаям, ценностям, достопримечатель- ностям

Оценка уровня развития компонентов туристского пространства основа на применении дифференцированной методики, основанной на оценке параметров географического, социального, культурного и экономического пространства.



Итоговую оценку региональных туристских пространств можно представить следующим образом (табл. 2):

Таблица 2

Итоговая оценка региональных туристских пространств

Туристский регион	Географиче- ский аспект	Социаль- ный аспект	Культурный аспект	Экономиче- ский аспект
высокий уровень развития туристского пространства				
Центральный	+++	+++	+++	+++
Приазовско- Черноморский	+++	+++	+++	+++
средний уровень развития туристского пространства				
Западный	+++	++	++	+++
Северо-Западный	+++	++	+++	++
Южно-русский	+++	++	++	++
Поволжский	+++	++	++	++
Кавказский	+++	+	++	++
низкий уровень развития туристского пространства				
Обско-Алтайский	+++	+	++	+
Енисейский	+++	+	++	+
Байкальский	++	++	++	+
Дальневосточный	++	++	++	++
Уральский	++	+	++	+
Русский Север	++	+	++	+

Содержание концепции как определённого способа понимания механизма формирования и развития туристского пространства, обеспечивающего достаточность ресурсов устойчивого обеспечения сохранения единства и замкнутости воспроизводственного процесса регионального туристского продукта, должно отражать несколько функциональных блоков, среди которых:

1. Природно-ресурсный (проблематика управления ресурсной базой региона, сохранности природных ресурсов, ландшафтов, экологический надзор);
2. Инфраструктурный (развитие транспортной инфраструктуры, системы коммунального обслуживания);

3. Экономический (обеспечение развитие экономики региона на основе туризма);
4. Социальный (повышение благосостояния местного населения, сохранение местной культуры).

Концепция, объединяющая в единую систему природно-ресурсный, инфраструктурный, экономический и социальный блоки вопросов, может стать документом стратегического характера, выражающего общий замысел развития регионального туристского пространства, способного обеспечить необходимые условия для устойчивого производства и воспроизводства региональных туристских продуктов.

В рамках Концепции развития туристского пространства регионов необходима разработка Политик, комплексная реализация которых позволит достичь генеральной программной цели. Примерное содержание этих разделов Концепции может выглядеть следующим образом:

1. Социально-экономическая политика региона: развитие туристско-рекреационного рынка, рынка товаров потребления, рынка ресурсов потребления, рынка капитала, рынка человеческих ресурсов;
2. Экологическая политика региона: повышение экологической устойчивости территории (утилизация бытовых отходов; охрана водных ресурсов); устойчивое ресурсопользование (в части эксплуатации природных туристских ресурсов);
3. Политика развития инфраструктуры региона: развитие транспорта, инженерных сетей тепло-, водо-, электроснабжения, доступная и безопасная среда курортных дестинаций.

В пространственной Концепции необходимо решать задачу сопряжение параметров развития всех элементов, так как их отнесение к полю одного из направлений ошибочно. Так, развитие транспортной инфраструктуры сопряжено с затратами (экономический аспект), а эффект проявляется как в экономическом (рост доходов транспортных компаний), так и в социальном поле (качество дорог, доступность транспортной инфраструктуры общественного назначения).

Индикаторами, позволяющими произвести оценку развития пространства, могут выступать следующие: обеспеченность местного населения и туристов благоустроенными общественными пространствами (парками, скверами, пляжами); доля благоустроенных общественных пространств в общем объёме пространства; протяжённость обустроенных тротуаров, пешеходных зон; доля благоустроенных общедоступных зелёных территорий и их доступность для жителей территории и туристов; разнообразие досуговых и бытовых услуг; освещённость улиц



и парков; протяжённость велосипедных маршрутов; степень развития безбарьерной среды; степень привлечения граждан к решению важных задач в сфере пространственного развития; отсутствие несанкционированных свалок; доля коммерческих структур, объектов жилого фонда, соблюдающих санитарно-защитные нормы; доля предприятий гостиничной индустрии, применяющих энергоэффективные технологии в процессе оказания услуг; степень регенерации неэффективно используемых территорий, количество общедоступных парковок и число парковочных мест и пр.

Перечень параметров оценки (система индикаторов) формируется на основании задач, формулируемых для достижения программных целей по каждой разрабатываемой в рамках Концепции политике. При этом учитываются исходные параметры развития, далее они соотносятся со стратегическими целями и приоритетами.

Концептуальный подход призван обеспечить оптимальное использование имеющихся ресурсов в целях устойчивого развития туристского пространства, дающего, с одной стороны, возможности всем субъектам экономической деятельности, вовлечённым в процесс производства, распределения, обмена туристских услуг, создавать качественный конкурентоспособный продукт, а с другой стороны – наделяющего пространство такими свойствами, которые будут привлекать интерес туристов к региону на протяжении длительного периода времени.

Всё вышесказанное в полной мере доказывает то, что модель концептуально-стратегического управления в условиях высокой социальной-экономической турбулентности и неопределённости позволяет своевременно формировать антикризисное управление, обеспечивая ресурсное развитие регионов туристско-рекреационной специализации.

Список литературы:

1. Александрова А.Ю. Современные особенности пространственного развития туризма / А.Ю. Александрова // География и туризм. – 2018. – № 2. – С. 12-16
2. Джанджугазова Е.А. Туризм как фактор успешного развития городского пространства / Российские регионы: взгляд в будущее. – 2020. – Т. 7. – № 4. – С. 1-15.
3. Кициц В.М., Воронина В.А. Туристское пространство и городское туристское пространство: географический аспект. Тенденции развития науки и образования. – № 64-2. – 2020. – С. 6-8.
4. Корабейников И.Н., Холодилина Ю.Е. Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий: учебное пособие. – Оренбург: ОГУ, 2016. – 102 с.
5. Родин А.В. Ресурсный потенциал развития туристского пространства региона // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы V международной научно-практической конференции. – Донецк, 2021. – С. 166-168.
6. Сарян А.А. Пространственное развитие туризма как направление его экстенсивного развития // Актуальные направления сбалансированного развития горных террито-

рий в контексте междисциплинарного подхода: материалы I Международной научной конференции. – 2019. – С. 271-275.

7. Туристско-рекреационная система: теория и практика организации: учебно-методическое пособие / сост. Н.В. Пенкина, О.Ю. Шахова, А.А. Никифорова, О.В. Чернявская. – Нижневартовск: НВГУ, 2020. – 122 с.

© Войнова Я.А.

УДК 338.486

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Волк Е.Н.

кандидат экономических наук,

доцент кафедры туризма

*Пермского государственного национального
исследовательского университета*

Овчинникова И.Г.

старший преподаватель кафедры туризма

*Пермского государственного национального
исследовательского университета,*

директор АО "Отель Прикамье"

Постепенное возвращение туристской активности и увеличение поездок в постпандемийный период приводит к необходимости работы в направлении кадровой обеспеченности в туризме и гостеприимстве на всех уровнях: федеральном, региональном, местном и отдельного предприятия. В статье рассмотрены особенности в антикризисном управлении персоналом, характерные для нескольких последних кризисов, а также выявлены тенденции, характеризующие современный рынок труда в гостиничной сфере. Также в результате опроса обучающихся по направлениям «Туризм» и «Сервис» были выявлены некоторые причины оттока кадров из региона, что может быть полезно при разработке программ по развитию туризма и формировании кадровой политики на предприятиях сферы гостеприимства.

Ключевые слова: сфера гостеприимства, кризис, антикризисное управление, кадровое обеспечение, федеральный проект.

Во время последнего мирового кризиса UNWTO обращала внимание на то, что сфера гостеприимства, с марта 2020 г. очень сильно пострадала. Создание рабочих мест сократилось на 72 % в 2020 г. по сравнению с 2019 годом. Это снижение было следствием ограничений на поездки по всему миру, которые привели к потере 1 миллиарда международных туристов [1].

Согласно последнему Всемирному туристическому барометру ЮНВТО, за первые пять месяцев 2022 г. в международном туризме наблюдался существенный подъём: было зарегистрировано почти 250 миллионов международных прибытий. Это сопоставимо с 77 миллионами прибытий с января по май 2021 г. и означает, что сектор восстановился почти наполовину (46 %) от уровня, существовавшего до пандемии 2019 г. [2].

Сейчас необходимо задуматься над вопросами подготовки профессионалов и трудоустройства рабочей силы, ведь туризм всегда был той отраслью, которая имеет все возможности для содействия экономическому росту и развитию на всех уровнях (макро-, мезо- и микро-) и обеспечению дохода путём создания рабочих мест. Таким образом, предприятия индустрии гостеприимства, не смотря на степень влияния кризисных факторов, должны находить инструменты для сохранения персонала. Иначе, при выходе из кризисных ситуаций появляются, очевидные проблемы, по поиску персонала, его подготовке и адаптации.

В создавшихся условиях (постковидный кризис, появление новых потребностей, развитие Индустрии 4.0 и др.) прослеживаются тенденции, характеризующие рынок труда в гостиничной сфере:

1. Структурные сдвиги в спросе на рабочую силу, акцент на высококвалифицированный персонал. Так, например, работа горничных может быть замещена роботами-уборщиками, но при этом быстроменяющаяся внешняя среда требует быстрое принятие решений, соответственно роль руководителя-лидера будет расти, развитие индивидуального подхода к обслуживанию гостей приведет к развитию когнитивных способностей, необходимости эмпатии, то есть *soft skills*;

2. Дистанционный формат работы и обслуживания (замещение некоторых процессов (check-in, check-out) на виртуальный формат;

3. «Цифровая безработица». В результате внедрения новых технологий есть вероятность того, что часть сотрудников могут потерять работу, либо вынуждены будут развивать новые навыки, либо менять квалификацию, стремиться к профессиональному развитию [3, с. 110];

4. Морально-психологическая напряжённость, связанная с внедрением цифровых технологий и большого объёма информации, приводит к активному развитию различных аспектов социальной политики;

5. Расширяются возможности переобучения, повышение квалификации, профориентация и т. д.

В создавшихся условиях изменения внешней среды и влияния кризисных явлений возникает необходимость внедрения новых инструментов управления персоналом гостиничных предприятий.

Как показывают исследования, отражающие развитие антикризисной политики управления персоналом, наблюдается смещение от

жёстких административно-командных методов управления к гибким формам, от экономии затрат на персонал к необходимости создания условий труда, приводящих к повышению эффективности его работы. Так во время кризиса 1998–1999 гг. практиковалось сокращение затрат на оплату труда за счёт сокращения окладов тем, кто работает на условиях окладной системы; оплаты труда, или сокращение количества рабочих часов тем, кто работает на условиях повременной оплаты труда. Также принудительное увольнение сотрудников по собственному желанию с целью минимизации затрат на выплату обязательных компенсационных выплат. Во время кризиса 2014–2015 гг. и 2016 г. оптимизация затрат осуществлялась за счёт сокращения программ подбора, обучения и развития персонала и повышения эффективности кадровых функций (Возложение дополнительных функциональных обязанностей на оставшихся сотрудников) и построение новых бизнес-процессов. В настоящее время (кризис 2020–2021 гг.) оптимизация затрат происходит за счёт увеличения производительности труда, сокращения непрофильных затрат. А сокращение заработной платы происходит за счёт пересмотра структуры и ёмкости зарплат и соцпакета, с сокращением расходов на корпоративные мероприятия, вознаграждения сотрудников. Также существенные изменения произошли в подходах к развитию персонала в кризисные периоды: от сворачивания корпоративных программ развития персонала в 2008–2009 гг. до развития творческого подхода в работе, автономии менеджеров, делегирования полномочий и возложение ответственности на сотрудников в 2022 г.

Таким образом на протяжении чуть более двух десятилетий наметилась тенденция в сторону смещения использования «мягких» инструментов в управлении персоналом. Становится очевидным, что в условиях развития Индустрии 4.0, появления цифровых технологий, искусственного интеллекта существовавшие до сих пор механизмы становятся малоэффективными. В кризисных условиях тоже имеются определённые инструменты, но их необходимо пересмотреть с учётом развития технологий и внедрением их в деятельность гостиничного бизнеса: развитие корпоративной культуры, присутствие руководителя-лидера, создание благоприятной психологической обстановки в коллективе, развитая кадровая политика.

В связи с этим в антикризисной системе управления персоналом должен быть сделан акцент на развитие индивидуального подхода к работникам. Его внедрение возможно в том случае, если руководитель выделяет социальные приоритеты внутри предприятия. Этому способствует реализация социально-ориентированной стратегии, которая основывается на достижение совместных интересов работодателя и работников,



учитываются влияние внешних факторов на морально-психологическое, финансовое состояние персонала. Основная задача выработать совместные механизмы для сокращения последствий влияния кризиса и определить стратегию развития организации в посткризисный период. В такой модели работодатель и работник становятся партнерами, что характерно для корпоративной системы управления предприятием.

В рамках данного исследования в октябре-ноябре 2021 г. был проведён опрос среди студентов третьего и четвёртого курсов направлений подготовки 43.03.02 «Туризм» и 43.03.01 «Сервис». В опросе приняли участие 98 студентов Пермского государственного национального исследовательского университета. Целью исследования было выяснить настроения и ожидания студентов от предстоящего трудоустройства по окончании вуза.

В результате опроса было выявлено, что 87 % студентов планируют трудоустроиться по специальности (рис 1.), а 68 % опрошенных планируют трудоустроиться в Пермском крае. Однако почти треть будущих выпускников планирует уехать из региона (рис. 2).

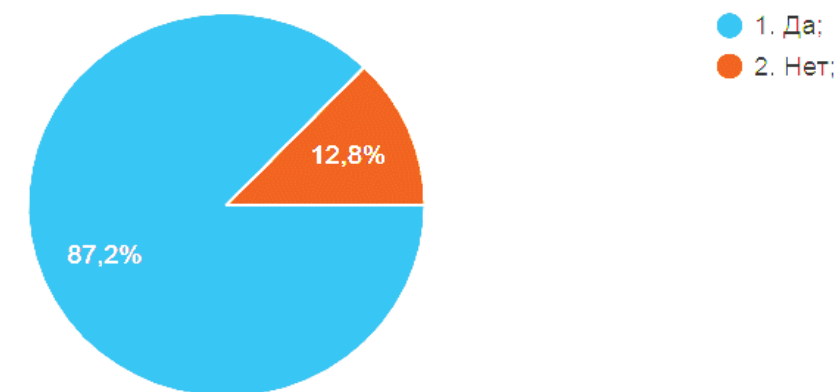


Рисунок 1 – Ответ респондентов на вопрос: «Вы хотели бы найти работу в вашей профессиональной области?»

Причины поиска работы в других регионах респонденты указали следующие: недостаточно активна и интересна внешняя среда (отсутствие крупных мероприятий, недостаточно развита инфраструктура и т. д.) – 52,9 %; низкая заработная плата – 41,2 %; отсутствие перспектив развития в Пермском крае той сферы, где хочу трудоустроиваться – 35,3 %; имидж предприятий из той отрасли, в которой хочу трудоустроиваться – 23,5 %.

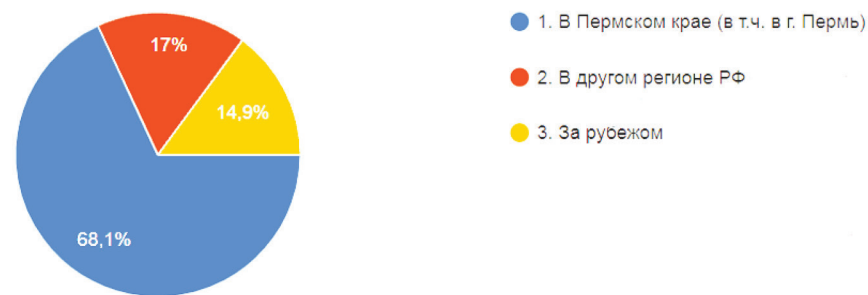


Рисунок 2 – Ответ респондентов на вопрос:
«В каком регионе будете искать работу после окончания вуза?»

Также респонденты отметили по 10-балльной шкале значение некоторых факторов, влияющих на выбор предприятия для трудоустройства. Самыми весомыми (респонденты оценили значимость в 10 баллов) стали: заработная плата (59,6 % опрошенных); карьерный рост и возможность развития (55,3 % опрошенных); корпоративная культура (23,4 % опрошенных).

Таким образом для того, чтобы привлечь в отрасль (и в регион) молодые кадры (родившихся после 2000 года), необходимо учитывать (в соответствии с теорией поколений) их предпочтения и ценности. А именно: ценят комфорт, рассудительны, готовы брать на себя ответственность, не любят работать по стандартам, могут интенсивно вовлекаться в работу, для них важны карьера и статус, развитие личного бренда, справедливая мотивация «задачи – результат» и т. д. При этом работа должна проводиться на федеральном, региональном и на уровне отдельно взятого предприятия.

В Российской Федерации с 2021 г. Ростуризмом осуществляется нацпроект «Туризм и индустрия гостеприимства», который включает в себя три федеральных проекта: «Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны», «Повышение доступности туристического продукта», «Совершенствование управления в сфере туризма». В рамках этих проектов предусмотрена подготовка кадров для туристического бизнеса.

Также на всех уровнях по развитию туризма идет процесс цифровизации этой деятельности. Так, в Стратегии по развитию туризма в Российской Федерации до 2035 г. отмечается, что внедрение цифровых технологий формирует основные тенденции развития туристской отрасли.

Развитие кадрового потенциала и наличие антикризисных программ является одним из направлений деятельности в комитете по устойчивому развитию туризма, созданного при Российском Союзе Туриндустрии.



Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. одной из задач формирования туристского бренда страны, а также повышение эффективности функционирования отрасли в целом является квалифицированная кадровая обеспеченность. Кроме того, планируется увеличение средней численности работников туристской индустрии с 1,66 млн человек до 4,96 млн человек [4].

Однако в дополнение к государственной поддержке гостиничные предприятия могут самостоятельно проводить антикризисные мероприятия по работе с персоналом. Такими актуальными направлениями являются формирование и развитие корпоративной культуры, а также внедрение инструментов экономики впечатления и креативного подхода в работу сотрудников гостиничного предприятия.

Список литературы

1. 2nd Edition UNWTO Global Tourism Investment forum – URL: <https://www.unwto.org/2nd-edition-unwto-global-tourism-investment-forum> (дата обращения 26.08.2022).
2. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. – URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-consolidates-strong-recovery-amidst-growing-challenges> (дата обращения 12.07.2022)
3. Хачатурян А.А. Безработица и другие социальные угрозы цифровой экономики // Проблемы прогнозирования. – 2021. – No 3. – С. 103-115.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561260503?marker=6580IP> (дата обращения 29.08.2022).

© Е.Н. Волк, И.Г. Овчинникова, 2022

УДК 330:338.485

ВЛИЯНИЕ ВОЛОНТЕРСКОГО ТУРИЗМА НА РЕАЛИЗАЦИЮ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ»

Галенко Е.В.

кандидат исторических наук,
доцент департамента туризма
и гостеприимства Школы экономики
и менеджмента, Дальневосточный
федеральный университет

Овчаренко Н.П.

кандидат технических наук,
доцент, директор департамента туризма
и гостеприимства Школы экономики
и менеджмента, Дальневосточный
федеральный университет

Лесникова Е.Н.

магистр по направлению подготовки 43.04.02 Туризм,
магистерской программы «International
Tourism & Hospitality / Международный
туризм и гостеприимство», Дальневосточный
федеральный университет

На сегодняшний день пласт отечественных исследований эффективности или проблем развития волонтерского туризма на ООПТ ещё не сформирован. Имеющаяся информация носит фрагментарный характер, что затрудняет комплексно рассмотреть влияние волонтерского туризма по годам и регионам. Авторами подчеркивается необходимость формирования чёткого механизма взаимоотношений между волонтерами-туристами и ООПТ с учётом интересов всех сторон и предполагаемых результатов. Подобная структура поможет составить представление о вкладе волонтерского туризма в развитие ООПТ. В статье представлен разработанный авторами механизм работы с волонтерами на территории ООПТ и сформированы показатели его эффективности.

Ключевые слова: добровольчество, волонтерский туризм, ООПТ, туристы-волонтеры, волонтер, национальный проект, федеральный проект.

Основой достижения национальных целей развития России до 2030 г. и реализации национального проекта «Экология» ФП «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма», являются волонтеры. Добровольцы сегодня во всем мире помогают сотрудникам ООПТ в важных экомероприятиях и исследованиях, в создании экологических троп и стоянок, уборке обширных территорий, восстановлении природных ландшафтов и находящихся на территориях ООПТ памятников и исторически ценных объектов. Они делают все чтобы посетителям можно было комфортно провести время и насладиться красотами наших заповедников, национальных парков, заказников. Всего в России насчитывается 236 ООПТ федерального значения, которые занимают 13,5 % территории от площади нашего государства. Для отдыхающих в последние годы особо охраняемые природные территории (ООПТ) стали местом притяжения, что подтверждается статистикой, если в 2016 г. было 820 тысяч человек, в 2021 г. заповедники и нацпарки посетили 10,6 млн гостей, то в первом квартале 2022 г. уже 1,7 миллиона отдыхающих. Однако на данный момент 75 % турпотока приходится всего на несколько национальных парков, которые оборудованы для встречи гостей [1]. Поэтому помимо финансирования особо охраняемых природных территорий и деятельности по развитию их инфраструктуры, ощутимые практические результаты может дать работа волонтеров в заповедниках и национальных парках. Волонтерский туризм в нашу эпоху осознанности (и закрытых границ) становится всё более



востребован путешественниками, которые сегодня стараются совмещать приятное с полезным, не только увидеть природные чудеса, но и помочь научной или природоохранной деятельности. Волонтерский туризм стал популярным видом деятельности, а для ООПТ он является настоящей находкой, потому что при небольших финансовых затратах можно получить значительную помощь для развития и узнаваемости ООПТ. Однако в отечественной практике развитию взаимодействия между ООПТ и волонтерским туризмом мало уделено внимание, как со стороны научного сообщества, так и со стороны предприятий. Поэтому проведенное исследование и разработанные предложения в области организации волонтерского туризма на примере ООПТ ФГБУ «Земля леопарда», смогут дополнить существующие труды авторов и стать вектором развития взаимоотношений между волонтерами-туристами и ООПТ, что является целью данной статьи.

Новизна представленного исследования проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, волонтерский туризм на ООПТ на сегодняшний день не является объектом внимания отечественных ученых. Во-вторых, в рамках исследования феномена волонтерский туризм на ООПТ изучаются и систематизируются как проблемы, с которыми сталкиваются волонтеры, так и их мотивация, конкретизируются и обобщаются критерии оценки успешного механизма взаимодействия между волонтерами-туристами и ООПТ. Эмпирическая база исследования представлена: экспертными интервью с руководителями ООПТ ФГБУ «Земля Леопарда», привлекающими волонтерские ресурсы для реализации совместных проектов в области сохранения биологического разнообразия и развития экологического туризма; экспертными интервью с волонтерами, которые были участниками проектов и программ в рамках волонтер-турист на ООПТ и с добровольцами, которые только собираются принять участия в мероприятиях; статистическими данными; отчетными материалами организаций, руководствами по работе с волонтерами; законодательными и нормативными актами; справочной литературой, статьями и монографическими исследованиями; Интернет-ресурсами.

В современной России волонтерский туризм существует далеко не первый год, учитывая, что впервые отечественный «волонтерский туризм» как направление был представлен на Московской международной туристской ярмарке MIF в 2011 г. в рамках темы «Экотуризм» [2, с. 149]. Единого определения волонтерского туризма нет, поэтому в рамках данного исследования волонтерский туризм будет рассматриваться как добровольная форма объединения людей на основе мобилизации туристской инициативы для достижения социально значимых целей, оказания помощи в решении социальных, экономических, культурных, экологических и других проблем, способствующая личностному росту и развитию социальной активности его участников.

В СССР слово «волонтер» употреблялось довольно редко, многие ассоциировали слово «волонтер» с благотворительной, общественно полезной и, главное, бескорыстной деятельностью. Волонтеры очень долго предпочитали называть «доброволец», только после 1995 г. стали появляться первые волонтерские ассоциации [3, с. 37]. В последние годы, особенно в период пандемии, волонтерство в стране приобрело особый статус, основанный на доброте, солидарности, щедрости людей, которые несмотря на все сложности заботились о тех, кому было ещё труднее. Всплеск взаимопомощи, который и сейчас происходит в России, зафиксирован в Мировом индексе благотворительности, за пять лет Россия поднялась с 124 на 67 место в 2021 г. Мировой индекс благотворительности состоит из трёх показателей: денежные пожертвования, помощь незнакомым людям и волонтерство, которое составляет 19 % от общей суммы баллов [4]. Одной из самых включенных в добровольческую (волонтерскую) деятельность возрастных групп является молодёжь, средний возраст которых составляет 24 г. (72 % – женщины и 28 % – мужчин) [5].

Волонтерский туризм на ООПТ отечественными и зарубежными авторами изучен фрагментарно, в основном работы ориентированы на мотивацию туристов в принятии участия в волонтерском туризме и получаемым выгодам от него [6, с. 269], на опыте участия волонтеров в экотуризме и волонтерских природоохранных экспедициях [7, с. 1184], влияние волонтерского туризма на молодёжь, где анализируются мотивы людей для занятия волонтерской деятельностью, их предпочтения и видения [8], недостатки волонтерского движения и работы с добровольцами в рамках исследованных волонтерских проектов [9]. Некоторыми авторами были рассмотрены туристы-волонтеры, которые участвуют в оказании помощи сообществам посредством распределения предметов первой необходимости и других ресурсов, восстановления и сохранения окружающей среды, а также помощи в проведении полевых исследований [10, с. 1033], авторы описывают волонтерский туризм как особый личный опыт для удовлетворения внутренней мотивации, который может принести пользу как участникам, так и принимающим сообществам [11].

Есть ограниченное количество работ авторов, которые содержат определение добровольчества и описание существующих видов волонтерской деятельности, а также подробное описание порядка организации работы с волонтерами, учитывая специфику ООПТ [12].

Результатом теоретического анализа научных работ авторов стал сформированный портрет целевой аудитории, их мотивация, желания, предпочтения и страхи необходимые для построения взаимодействия с организаторами волонтерских программ. Были выделены следующие



проблемы при формировании отношений между волонтерами-туристами и ООПТ:

- отсутствие конкретной цели и подготовки у волонтеров;
- неправильное понимание мотивации при решении стать волонтером-туристом;
- волонтер получает информацию о планируемой работе, а по приезду сталкивается с тем, что его наделяют другими обязанностями;
- некачественная организация добровольческой деятельности, которая происходит при отсутствии у руководства четких целей и планов по желаемой помощи;
- неправильно спланированная организаторами волонтерская деятельность до начала привлечения добровольцев, которая приводит к негативным отзывам о волонтерском опыте на данной территории.

Таким образом, возникло противоречие между тем, что ООПТ обладает уникальными биоресурсами, но из-за отсутствия необходимых средств не может в полной мере выполнить возложенную на них миссию, и тем, что внешняя среда обладает необходимыми ресурсами и готова предоставить их, но не может это сделать из-за отсутствия механизма взаимного сотрудничества. Поэтому грамотно разработанный механизм работы с волонтерами способен оказать поддержку ООПТ в улучшении их функционирования, так как может помочь справиться с проблемой нехватки рабочих рук, приобрести дополнительную финансовую прибыль с деятельности волонтеров в свободное время, привлечь новых посетителей и волонтеров, которые будут лояльны к ООПТ, содействовать расширению научных и образовательных связей между различными странами или регионами, положить начало важным международным проектам.

В Российской Федерации общая площадью всех ООПТ на сегодняшний день составляет 255,6 млн га (13,52 % от площади страны), в том числе 21,2 млн га морской акватории (3,03 % от площади территориальных вод и исключительной экономической зоны РФ). На территории Дальнего Востока расположено 1 227 особо охраняемых природных территорий [13].

В систему ООПТ Приморского края входят:

- 6 государственных природных заповедников;
- национальные парки федерального значения: «Земля леопарда», «Удэгейская легенда», «Зов тигра», «Национальный парк «Бикин». В Приморье функционирует 13 государственных природных заказников (зоологические и охотничьи);
- природный парк краевого значения – Хасанский;
- на сегодняшний день на территории Приморского края 214 утвержденных памятников природы, 94 объекта рекомендовано для утверждения [14, с. 203]. Однако Приморье страдает от малой численности маршрутов и не

особо развитой инфраструктурой ООПТ. Отсутствие ожидаемого комфорта подтвердило проведенное исследование развития волонтерского туризма на ООПТ ФГБУ «Земля леопарда», был проведен анализ 1 278 отзывов на сайте www.google.com/search, результатом стали выявленные положительные (4–5, 732 отзыва), удовлетворительные (3, 214 отзывов) и отрицательные отзывы (1–2, 332 отзыва). Отзывы посетителей, стали сигналом о наличии проблем на территории национального парка «Земля леопарда».

ФГБУ «Земля Леопарда» – это объединенная дирекция заповедника «Кедровая падь» и национального парка «Земля леопарда» имени Н.Н. Воронцова (учреждение было создано 21 мая 2012 года). ФГБУ «Земля Леопарда» находится в Приморском крае в Хасанском районе, имеет общую площадь 471 тысяч гектаров. Не малую роль в развитии ООПТ играет её инфраструктура. На сегодняшний день национальный парк «Земля леопарда» прилагает такие услуги своим посетителям, как посещение экскурсий и маршрутов, проживание в гостиничном комплексе «Земли леопарда», посещение туров по «Земле Леопарда», услуги фотоукрытий для съёмки [15].

Согласно Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 г., в сфере охраны природы основными направлениями развития добровольческой (волонтерской) деятельности являются: содействие восстановлению природных экосистем, очистке природной среды от мусора; содействие природоохранной деятельности; содействие формированию экологической культуры и экологического просвещения; участие в охране животного мира, сохранении и восстановлении среды его обитания; содействие в оказании помощи осуществляющим управление особо охраняемыми природными территориями учреждениям в сфере сохранения в естественном состоянии природных комплексов и содействие в работе по выявлению фактов нарушения лесного законодательства Российской Федерации [16]. Развитие добровольчества в экологической сфере является одним из приоритетов, закрепленном на государственном уровне, что подтверждает необходимость развития волонтерского туризма в ФГБУ «Земля леопарда». По предоставленным сведениям, отдела экопросвещения «Земли леопарда», наблюдается устойчивая тенденция к увеличению числа посетителей: в 2017 г. на «Земле леопарда» их побывало только около 3 000, а за 2018 г. турпоток составил около 5 000 человек, что на 67 % больше, чем годом ранее. Число туристов в 2019 г. составило около 6 тыс. [17, с. 19].

Проведенные интервью и опросы администрации ООПТ и волонтеров, позволили выделить слабые стороны механизма работы с волонтерами: отсутствие четкой методики работы с волонтерами, ограниченность бюджета, непонимание заинтересованности и возможностей



волонтеров руководством организации, слабое сотрудничество с партнерами. В процессе проведения интервью, обе стороны согласились, что необходимо создать структурированные взаимоотношения между волонтерами и «Землей леопарда» необходимо обозначить условия, на которых бы складывалось их взаимовыгодное сотрудничество. Проведенные опросы среди волонтеров, как с опытом помощи в экологической сфере, так и без него, о том, какой бы они хотели видеть волонтерскую программу в «Земле леопарда», большинство выбрали оплату проезда до ООПТ и предоставление проживания и питания. В опросе для волонтеров также присутствовал вопрос о видах работы, которыми добровольцы готовы были заниматься. В результате, научно-исследовательские работы набрали наименьшее число голосов, так как зачастую для этого нужны необходимые навыки, но такие пункты, как обустройство экологических троп, просветительская деятельность и уборка территорий, которые не требуют специфических знаний, набрали большинство голосов. На вопрос «Что в деятельности руководства ООПТ вас могло бы оттолкнуть или насторожить при работе с волонтерами?» волонтеры отвечали по-разному. Чаще всего указывали неорганизованность работ, незаинтересованность в их работе, небрежное отношение к информированию волонтеров.

После проведенного исследования был сформирован механизм работы с волонтерами на территории ООПТ, со следующей структурой:

1. Условия работы и принципы ее организации для волонтеров.
2. Обязанности администрации ООПТ по организации работы волонтеров.
3. Взаимодействие с представителями медиасферы
4. Взаимодействие с экскурсоводами-волонтерами.
5. Взаимодействие с туроператорами по формированию волонтерского тура.

Показателями эффективности разработанного механизма могут стать:

1. Увеличение количества заявок от волонтеров, желающих оказать добровольческую помощь ООПТ.
2. Увеличение количества положительных отзывов от волонтеров об их опыте добровольчества на данной территории.
3. Увеличение количества волонтеров, которые подадут заявки на участие в добровольческой смене по рекомендации других волонтеров.
4. Улучшение качества и количества медиа-материалов об ООПТ.
5. Увеличение количества упоминаний в СМИ и социальных сетях об ООПТ.
6. Увеличение количества туристов, которых мотивировали к поездке участники, которые уже были волонтерами ООПТ.
7. Увеличение количества направлений и мероприятий добровольческой деятельности на особо охраняемой природной территории, к участию в которых привлекаются добровольцы.

Таким образом, все подходы к рассмотрению волонтерского туризма объединяет идея совершения поездок с волонтерскими целями и добровольное содействие развитию тех или иных аспектов в дестинации, в том числе участие в реализации национального проекта «Экология» ФП «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма». Для реализации поставленных задач в национальном и федеральном проектах, необходимо участие волонтеров-туристов, предложенный механизм позволит добиться максимально продуктивной помощи от добровольцев, привлечения туристов, увеличения заинтересованности в ФГБУ «Земля леопарда», получения положительного опыта от посещения. Данная структура была сформирована на основе текущей ситуации в ООПТ, изучения международного и отечественного опыта, что позволяет в дальнейшем её модернизировать под новые реалии.

Список литературы

1. Кулакова В. На турпродукт: Минприроды оценило потребности экотуризма почти в миллиард // «Известия» [Официальный сайт]. 2022. – URL: <https://iz.ru/1323611> (дата обращения: 10.09.2022).
2. Хетагурова В.Ш. Волонтерский туризм как добровольческая миссия / В. Ш. Хетагурова // Наука – сервису. – М.: РУСАЙНС, 2018. – С. 148–157.
3. Горлова Н.И. Становление и развитие института волонтерства в России: история и современность. – М.: Ин-т Наследия, 2019. – 290 с.
4. CAF World Giving Index 2021. A global pandemic special report. June 2021. – URL: <https://www.cafussia.ru> (дата обращения: 10.09.2022).
5. Аналитика волонтерства. [Электронный ресурс] // dobro.ru [Официальный сайт]. 2022. – URL <https://dobro.ru/analytics> (дата обращения: 10.09.2022).
6. Snyder M. Volunteerism, Psychology of International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – 2015. – Vol. 25. – P. 268-279.
7. Lee Y. Voluntourist transformation and the theory of integrative cross-cultural adaptation // Annals of Tourism Research. – 2010. – Vol. 37. – P. 1181-1189.
8. Lana M. Olsen, Kathleen Andereck & Christine Vogt Providing hope: influences of volunteer tourism on program youth // Current Issues in Tourism. 2020. – URL: <https://www.researchgate.net/publication> (дата обращения: 10.09.2022).
9. Jamie Thompson Volunteer tourism fields: spaces of altruism and unsustainability // Current Issues in Tourism. 2021. URL: <https://www.tandfonline.com> (дата обращения: 10.09.2022).
10. Walk M., Willems J., Assigning volunteer tasks: The relation between task preferences and functional motives of youth volunteers // Children and Youth Services Review. – 2013. – № 35. – P. 1030-1040.
11. Lana M. Olsen, Kathleen Andereck & Christine Vogt Providing hope: influences of volunteer tourism on program youth // Current Issues in Tourism. 2020. – URL: <https://www.researchgate.net> (дата обращения: 10.09.2022).
12. Методические рекомендации по проведению волонтерских мероприятий на территории ООПТ Ленинградской области и РФ // Общероссийская общественная организация «Всероссийское общество охраны природы» (ВООП). [Официальный сайт]. 2020. – URL: <https://voop.spb.ru/wp-content/uploads> (дата обращения: 10.09.2022).
13. Минприроды России обновило данные об общей площади особо охраняемых природных территорий в нашей стране [Электронный ресурс] // wwff.ru. 2020. URL: <https://wwf.ru/resources> (дата обращения: 10.09.2022).



14. Кононов А.Ю., Семенко Л.В. Туристский потенциал для развития фотосафари на особо охраняемых природных территориях Приморского края // АНИ: экономика и управление. – 2020. – № 3(32). – С. 202-205.
15. Нацпарк «Земля леопарда» [Электронный ресурс] // Земля леопарда [Официальный сайт]. 2022. – URL: <https://leopard-land.ru/> (дата обращения: 10.09.2022).
16. Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2018 № 2950-р [Отчет, внутренний документ ФГБУ «Земля леопарда», 2021, 37 с.

© Галенко Е.В., Овчаренко Н.П., Лесникова Е.Н., 2022

УДК 338.21

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ПОДХОДА К СИСТЕМЕ ЭКОЛОГО-СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Гварлиани Т.Е.

доктор экономических наук,
профессор кафедры экономики и финансов,
Сочинский государственный университет

Карандасова Я.В.

аспирантка,
Сочинский государственный университет

В статье раскрыт теоретико-методологический подход к формированию системы эколого-социального управления на курортных территориях. Сделан акцент на том, что в основе развития концепции лежит возникновение и становление корпоративной культуры и ответственности. Организации, обладающие значительными экономическими и человеческими ресурсами и потенциалом обязаны вносить существенный вклад в улучшение благосостояния заинтересованных сторон и общества. Анализ становления концепции социальной ответственности бизнеса позволил авторам сделать вывод, что поскольку предпосылками зарождения и дальнейшего развития выступало решение общественно значимых вопросов, её развитие не могло не происходить под влиянием институтов и являлось отражением общественного уклада на каждом из этапов.

Ключевые слова: эколого-социальное управление, социальная ответственность бизнеса, социально-экономическая роль бизнеса, концептуальный подход, курортные территории.

Изменение климата, рост числа природных и техногенных катастроф, деградация экосистем на курортных территориях, признаны наиболее серьёзными глобальными долгосрочными рисками, в особенности для прибрежных районов, оказывают существенное влияние на направления туристских потоков, частоту и длительность туристских прибытий. Из чего следует, что состояние экосистем курортных территорий является одним из фундаментальных условий эффективного функционирования и основополагающим фактором конкурентоспособности и развития курортных территорий.

Представители бизнеса всех отраслей, функционирующие на курортных территориях и извлекающие прибыль из экосистем, своей деятельностью оказывают на них негативное влияние, усиливая деградацию, что в перспективе грозит привести к серьёзным последствиям для всех участников туристско-рекреационного комплекса. Установление баланса между экономическими интересами бизнеса, экосистемами и обществом, – приоритетная задача, способствующая социально-экономическому развитию курортной территории, решение которой требует значительных финансовых ресурсов, а также смещение фокуса с максимизации прибыли на внедрение системы эколого-социального управления на курортных территориях, как одного из эффективных инструментов реализации стратегических социально-экономических целей.

На формирование системы эколого-социального управления развитие социальной ответственности бизнеса в России сдерживающим образом действует ряд факторов, к которым следует отнести снижение финансового результата в краткосрочной перспективе, отсутствие единого подхода к оценке воздействия социальной ответственности бизнеса на экономические показатели и неэффективное функционирование действующих экономических регуляторов. В свою очередь, это приводит к затягиванию внедрения концепции при добровольном подходе, что в условиях глобальных и локальных экосистемных проблем является рискованным как для экосистем, так и с точки зрения конкурентоспособности курортных территорий, обуславливая необходимость усиления роли социальной ответственности бизнеса посредством экономических инструментов.

Методологической основой исследования выступают системный подход, анализ и синтез, ситуационный, логический, экономико-статистический анализ, моделирование социально-экономических процессов.

Вопросы разработки теоретико-методологических основ управления социально-экономическим развитием туристско-рекреационных территорий рассматриваются в работах Л.И. Абалкина, А.Ю. Александровой, В.С. Боголюбовой, Г.В. Гутмана, М.Ф. Замятиной, Н.В. Зубаревич, В.В. Ивантер, В.А. Ильина, В.Н. Лаженцевой, Р.Г. Маннапова, Н.М. Межевич, Б.А. Райзберг, В.Е. Рохчина, А.И. Татаркина, Г.Л. Тульчинского, Т.В. Усковой. Исследование базируется на положениях экономической теории, фундаментальных научных трудах отечественных и зарубежных учёных в области концепции социальной ответственности бизнеса, туризма и рекреации, формирования организационно-экономических механизмов управления и развития курортной территорией, применённые к поставленным целям и задачам исследования. [7, с. 35].



Информационная база исследования базируется на нормативных актах РФ, официальных данных Федеральной службы государственной статистики, Государственной программе Российской Федерации «Развитие туризма», Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года, материалах Всемирной туристской организации, Интернет-ресурсах, собственных расчётах и выводах автора, полученных в результате проведения исследования.

Проблемы деградации природных ресурсов и возрастания потребностей растущего населения находятся в возрастающем противоречии друг с другом, становясь приоритетными в социально-экономической повестке большинства экономически развитых стран. «Человек и его социальное самочувствие становятся главным мерилем результатов социально-экономического прогресса и конечным критерием эффективности роста и развития» [6, с.131].

Разбор эволюции концепции корпоративного социального поведения последних 50 лет, позволил авторам сделать вывод о совершенствовании типов социальной реакции бизнеса несмотря на постоянно растущее социальное давление. Корпоративная социальная ответственность, традиционно выпадающая на долю корпораций, постепенно стала объектом изучения и внедрения малого и среднего бизнеса, который всё в большей степени осознаёт оказываемое влияние на общество.

Корпоративная социальная ответственность – механизм, обеспечивающий подотчётность на корпоративном уровне и предоставляющий множество таких преимуществ для владельцев бизнеса и широкого круга заинтересованных сторон как: повышение привлекательности и узнаваемости бренда, лояльность клиентов, эффективное использование ресурсов. Однако ограничения в количественном измерении этих факторов создают трудности в объективной оценке их долгосрочной эффективности, что, в свою очередь, послужило толчком к дальнейшему становлению концепции. [1, с. 35].

В результате, в 2004 г. в отчёте ООН впервые была упомянута концепция эколого-социального управления (рис. 1), выступая в своём роде эволюционным этапом развития корпоративной социальной ответственности. Её внедрение открывает возможности для количественной оценки экологического воздействия различных отраслей экономики на окружающую среду и экосистемы; социального воздействия, через анализ взаимоотношений со стейкхолдерами (поставщиками, покупателями, работниками, местным сообществом и т. д.), а также фактор управления (компетентность руководства, уровень оплаты труда, соблюдение прав акционеров и т. д.), в конечном итоге предоставляя информацию общедоступными средствами для повышения эффективности бизнеса.

Приверженность анализу факторов эколого-социального управления сегодня активно демонстрирует крупный бизнес, используя нефинансовую отчётность в гораздо большем объёме, чем это предусмотрено рекомендациями по раскрытию нефинансовой отчетности.

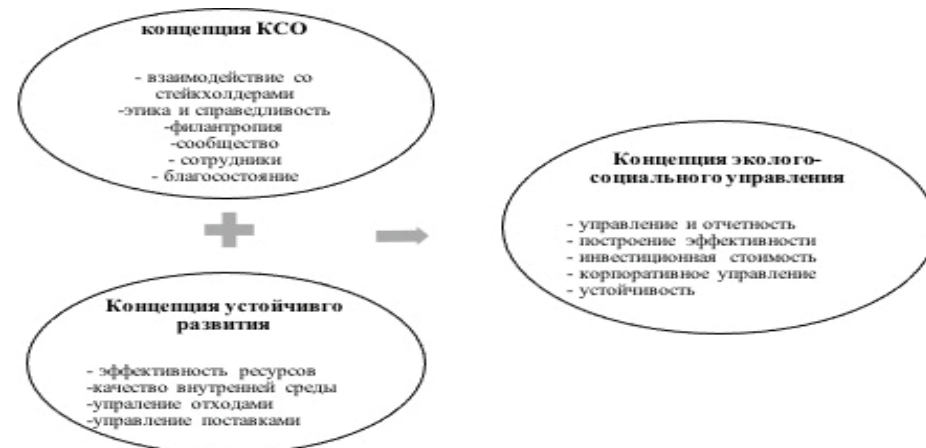


Рисунок 1 – Формирование концепции эколого-социального управления

Основным толчком развития концепции факторов эколого-социального управления в России стали иностранные инвесторы; однако, сегодня в независимости от мировой политической стабильности и конъюнктуры, компаниям, желающим повысить капитализацию, не соответствуя при этом вышеупомянутым критериями, привлечь инвесторов становится все сложнее. Становится всё более очевидно, что отчётность о факторах эколого-социального управления представляет собой инструмент повышения эффективности и улучшения позиционирования на рынке, становящийся всё более обязательным во взаимодействиях со стейкхолдерами. Взаимозависимость между репутацией компании и её социальными рейтингами позволяет всё больше воспринимать социальную ответственность как стратегический продукт, положительно влияющий на средне- и долгосрочные показатели. Несмотря на критику, большинство выдающихся экономистов так или иначе признавали необходимость учёта общественных интересов в процессе хозяйственной деятельности, приходя к выводу, что социально ответственный подход к бизнесу может повышать конкурентоспособность и лояльность клиентов. [3, с. 41].

Поскольку сегодня одним из краеугольных вопросов глобальной повестки признаны защита экосистем для будущих поколений, в развитии концепции корпоративной социальной ответственности на передний план выходит анализ факторов эколого-социального управления,



как инструмента количественной оценки воздействия и минимизации негативного воздействия бизнеса на экосистемы и общество.

Исследование показало, что необходимо структурировать и дополнить научно-теоретический подход в сфере развития концепции социальной ответственности бизнеса и курортных территорий: социальная ответственность бизнеса, экосистемы курортных территорий. Особого внимания требует обоснование взаимосвязи конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности курортных территорий и состояния их экосистем. Следует систематизировать экономические инструменты формированию системы эколого-социального управления на курортных территориях при этом наиболее перспективным направлением, на наш взгляд, выступает социальная ответственность бизнеса.

Исследование имеет как теоретическую, так и практическую значимость, что можно наблюдать при разработке научно-теоретических основ развития социальной ответственности бизнеса курортных территорий. Практическая значимость исследования состоит в возможности применения предлагаемых теоретических и методологических основ при формировании системы эколого-социального управления на курортных территориях, которые могут быть адаптированы для регионов с различным потенциалом. [6, с. 131].

Таким образом, формирование системы эколого-социального управления на курортных территориях бизнеса в результате эволюционной трансформации, представляет собой сегодня экономическую стратегию, основанную на добровольных началах, которая посредством улучшения социальных, экологических и показателей корпоративного управления, способствует повышению эффективности бизнеса и достижению общественно значимых социально-экономических целей.

Список литературы

1. Белоусов К.Ю. Исторические аспекты развития института социальной ответственности: опыт отечественного и зарубежного бизнеса // Петербургский экономический журнал. – 2019. – № 1. – С. 34-41. DOI: 10.25631/PEJ.2019.1.34.41.
2. Гагарина С.Н. Социальная ответственность бизнеса в контексте устойчивого развития // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – Т. 6-1(76). – С. 32-35. DOI:10.24412/2411-0450-2021-6-1-32-35.
3. Гварлиани Т.Е., Карандасова Я.В. Предпосылки зарождения и развитие концепции социальной ответственности бизнеса. Профессорский журнал. – 2022. – Серия: рекреация и туризм. – № 2(14) – С. 37-45.
4. Гварлиани Т.Е., Карандасова Я.В. ESG-факторы в экосистемном подходе к развитию курортных территорий. Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего: материалы Международной научно-практической конференции / под ред. профессора И.В. Шевченко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2022. – Т. 1. – С. 209-214. ISBN: 978-5-8209-2126-1.

5. Гварлиани Т.Е., Карандасова Я.В. Экономические регуляторы развития экосистем курортных территорий // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. – № 5. – С. 73-85. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-5-73-85.

6. Захарова Т.В. Взаимосвязь экономически динамичного роста и экологически устойчивого развития: баланс или дихотомия? // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – С. 129-135.

7. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. – М.: Юрайт, 2019. – 338 с.

© Гварлиани Т.Е., Карандасова Я.В., 2022

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Горбатов С.А.

*младший научный сотрудник лаборатории
экономических исследований ФИЦ СНЦ РАН*

В работе на основе системного подхода проводится анализ основных направлений развития молодёжного туризма в рамках реализации национальных проектов Российской Федерации, по результатам которого выявляются ключевые проблемы увеличения молодёжного туристского потока посредством достижения целей и задач, поставленных в национальных проектах, а также предлагаются некоторые рекомендации по усилению взаимодействия национальных проектов в развитии данного сектора туризма.

Ключевые слова: национальные проекты, организационно-экономическое обеспечение, молодёжный туризм, образовательный туризм, познавательный туризм, молодёжная политика, молодёжь, туризм, образование.

Становление и развитие комплексного организационно-экономического обеспечения эффективного функционирования всей туристской отрасли, совершенствование институциональных методов воздействия на агентов туристского рынка исторически оказалось неразрывно связано с необходимостью государства выполнять свои функциональные обязанности в части воспитания, социализации и всестороннего обучения молодого поколения как базиса общественного благополучия.

Контент-анализ литературы, в которой можно найти упоминание о государственных расходах Российской империи с начала XVII до конца XIX века, позволил получить представление о достаточно больших тратах из казны, которые шли на организацию поездок молодых людей за рубеж с целью получения образования [1–2]. Законодательное закрепление первых льгот и скидок на перемещение по стране в образовательных и культурно-познавательных целях в XIX веке, нашедшее своё отражение в «Своде законов Российской империи», было направлено прежде всего на



предоставление возможности школьникам и студентам посещать другие города [3]. Частные компании из собственных средств оплачивали обучающимся в каникулярное время поездки в Крым и на Кавказ [4]. Советская власть расширила границы туризма посредством пропаганды здорового образа жизни, спорта среди всех слоев населения, однако оказывала особую финансовую и организационную поддержку именно молодёжи, в частности, через организации «Интурист» и «Спутник» [5].

Такая краткая историческая справка позволяет продемонстрировать, что молодёжный туризм формировался на стыке образовательно-познавательной деятельности и спортивной подготовки. Туризм для молодых людей всегда представлялся как способ, инструмент расширения кругозора, активной социализации и ценностно-ориентационного становления личности.

На сегодняшний день европейские исследователи дополнили эти идеи и показали, что развитие молодёжного туризма лежит в плоскости сразу нескольких государственных структур, ответственных за такие стороны общественных отношений, как спорт, культура, здравоохранение, туризм, образование, молодёжная политика и т.д. То есть государственная политика, направленная на разработку и проведение мероприятий в секторе молодёжного туризма, должна проистекать из системного взаимодействия различных органов управления (рис. 1).

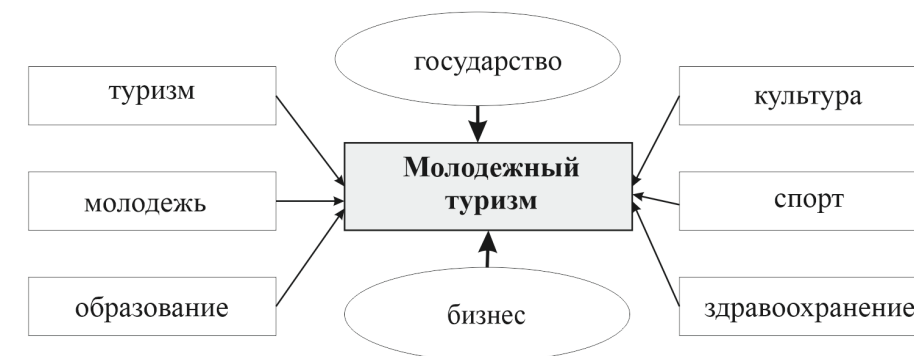


Рисунок 1 – Основные элементы системы молодёжного туризма

Источник: разработан автором

Роль молодёжного туризма для государства и общества выходит за рамки извлечения прибыли и повышения туристской конкурентоспособности территорий, а определяется важнейшим социальным значением (табл. 1).

Таблица 1

**Цели, достижение
которых обеспечивается развитием молодёжного туризма
[6, с. 33]**

Наименование цели	Заинтересованные стороны	Содержание
культурно-образовательная	общество; государство	интеллектуальное и физическое развитие молодого поколения
духовно-нравственная	общество; государство	духовное, морально-нравственное, патриотическое воспитание молодого поколения
экономическая	преимущественно бизнес-сообщество	извлечение прибыли

Более того, как показывают Чуваткин П.П. и Горбатов С.А., развитие молодёжного туризма как системы должно обеспечиваться взаимодействием государственных органов управления на федеральном, региональном и муниципальном уровне с общественными организациями и конечными потребителями [7].

Национальные проекты Российской Федерации, выступая новым для нашей страны и крайне многообещающим инструментом повышения благосостояния населения, амбициозно направлены на достижение самых различных социально-экономических целей. Целый ряд национальных целей, сформулированных Правительством РФ в Едином плане [8], непосредственно пересекается с теми целями, реализация которых возможна с помощью средств молодёжного туризма, в частности:

- повышение числа людей, которые систематически уделяют время на занятия физической культурой и спортом;
- формирование системы поддержки талантливой молодёжи;
- создание эффективной системы образования;
- создание условий для воспитания гармонично развитой личности;
- увеличение числа посещения культурных мероприятий;
- цифровая трансформация секторов экономики.

То есть, можно говорить о том, что использование средств молодёжного туризма в достижении целей, поставленных перед такими национальными проектами, как «Туризм и индустрия гостеприимства», «Образование», «Культура», «Цифровая экономика» и других,



благоприятно скажется на реализации проектов. С другой стороны, данные проекты могут включать ряд взаимосвязанных между собой мероприятий, направленных на увеличение молодёжного внутреннего туристского потока, что, несомненно, является актуальным в настоящее время. В результате, такая тесная взаимозависимость молодёжного туризма и целого спектра национальных проектов позволяет сделать вывод о наличии синергетического эффекта между ними, степень которого прямо зависит от системности целевых показателей национальных проектов, связанных с сектором молодёжного туризма.

Рассмотрим кратко несколько национальных проектов в разрезе наличия в них показателей, имеющих отношение к молодёжному туризму.

Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» включает в себя три федеральных проекта.

Федеральный проект «Повышение доступности туристских услуг» (2021–2030 гг.) [9] нацелен на достижение более двадцати результатов, связанных с вовлечением школьников в туризм, среди которых организация и военно-патриотических лагерей, и экскурсионно-образовательных поездок, и культурно-просветительских выездных программ, при том, что молодёжь упоминается только в контексте увеличения числа мультимедиа-гидов с использованием технологии дополненной реальности в музеях и выставочных экспозициях. В тексте паспорта проекта слово «молодёжь» встречается всего два раза.

Федеральный проект «Развитие туристской инфраструктуры» (2021–2024 гг.) [10] содержит только один результат, связанный с молодыми людьми, а именно обеспечение организации поездок для детей и молодёжи Калининградской области в другие регионы России.

Федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма» (2021–2030 гг.) [11] не содержит сведений о необходимости создания особых способов управления молодёжным туризмом. В паспорте проекта не содержится ни одного упоминания о молодёжи или органах управления молодёжной политикой.

Национальный проект «Образование» включает в себя целых восемь федеральных проектов.

Так, например, согласно проекту «Патриотическое воспитание» (2021–2024 гг.) к 2024 г. планируется вовлечь 25 % населения России в систему патриотического воспитания (и 50 % конкретно молодых людей), довести до 59 % долю населения, информированную о механизмах самореализации молодёжи в России. Среди мероприятий проекта значатся организация патриотического воспитания во время учебного процесса, привлечение школьников и студентов к олимпиаде по истории

и географии, проведение патриотических шествий и т. д., при этом совершенно нет указаний на туризм и его роль в этом процессе.

Конечно, стоит выделить высокую роль мероприятий, проводимых в рамках федерального проекта «Молодёжь России» (2022–2024 гг.): это и создание молодёжного центра Мастерская управления «Сенеж», и конкурсы в рамках платформы «Россия – страна возможностей», и творческие фестивали («Таврида»). Молодые люди, ставшие призерами или победителями в конкурсах, организованных АНО «Россия – страна возможностей», смогут бесплатно отправиться в путешествие по России, причём самостоятельно выбрать тематику тура из более чем 20 вариантов. На программу выделено 8 млрд рублей, тем не менее, отметим, что проводимые конкурсы более чем в 80 % случаев подразумевают участие студентов, а не всей молодёжи как таковой.

В результате, выделим следующие проблемы развития молодёжного туризма в рамках реализации национальных проектов:

1. Не использован потенциал ряда национальных проектов.

Некоторые национальные проекты лишены показателей, направленных на развитие молодёжного туризма.

2. Отсутствует взаимосвязь между национальными проектами по вопросам развития молодёжного туризма.

Мероприятия, направленные на развитие молодёжного туризма и закреплённые в различных национальных проектах, достаточно слабо коррелируют между собой.

3. Недостаточная проработанность мероприятий.

Ряд мероприятий, направленных на развитие молодёжного туризма, охватывает лишь часть молодёжи; на практике возникают трудности в реализации мероприятий.

В связи с этим, предлагается дополнить национальные проекты программами, направленными на развитие молодёжного туризма, для интегрирования их в единую систему, направленную на достижение культурно-образовательных и духовно-нравственных целей молодёжного туризма (табл. 2).

В рамках реализации федерального проекта «Развитие туристской инфраструктуры», входящего в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», государство софинансирует строительство только тех отелей, которым будет присвоено не менее трёх звёзд, в связи с чем предлагается внедрить программу по стимулированию инвестиций в низкобюджетные средства размещения, которые предпочитают молодые люди.



Таблица 2

Направления программ по развитию молодёжного туризма, рекомендуемые к включению в национальные проекты

Национальный проект	Направление программ
«Туризм и индустрия гостеприимства»	Стимулирование инвестиций в низкобюджетные средства размещения
«Образование»	Создание условий для развития академической мобильности
«Культура»	Формирование молодёжных туров культурно-познавательной направленности
«Демография»	Разработка и продвижение рекреационно-оздоровительных молодёжных туристских походов по федеральным маршрутам

Национальный проект «Образование» предлагается дополнить программой, направленной на создание условий для развития академической мобильности. Такая мобильность предполагает перемещение студентов высших учебных заведений в другое образовательное учреждение на определённое время с целью обучения.

В национальный проект «Культура» представляется возможным включить программы по формированию молодёжных туров культурно-познавательной направленности, в основу которых будет положено посещение культурных мероприятий и объектов культурного наследия.

В результате, можно сделать вывод о том, что национальные проекты включают в себе мощный потенциал для развития молодёжного туризма в Российской Федерации. Однако на сегодняшний день потенциал не раскрыт до конца. Главное, что необходимо сделать в этом направлении – использовать системный подход для усиления синергетического эффекта между реализацией национальных проектов и развитием молодёжного туризма.

Список литературы

1. Молодёжный туризм: проблемы и перспективы развития: монография / П.П. Чуваткин, С.А. Горбатов, А.А. Горбатова – Сочи: ФИЦ «СНЦ РАН», 2022. – 293 с.
2. Чуваткин П.П., Горбатов С.А. Организационно-институциональные основы развития молодёжного туризма в Европейском Союзе // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 42(1). – С. 287-295.

3. Распоряжение Правительства РФ от 01.10.2021 г. № 2765-р «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 г. и на плановый период до 2030 года» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/402929258/> (дата обращения: 26.08.2022 г.)
4. Повышение доступности туристских услуг: Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcm6cza.xn--p1ai/upload/iblock/a3e/FP-Povyshenie-dostupnosti-turistskikh-uslug.pdf> (дата обращения 01.08.2022 г.).
5. Развитие туристской инфраструктуры: Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcm6cza.xn--p1ai/upload/iblock/31b/FP-Razvitie-turistskoy-infrastuktury.pdf> (дата обращения 01.08.2022 г.).
6. Совершенствование управления в сфере туризма: Паспорт федерального проекта (утв. Ростуризмом). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aavcebfcm6cza.xn--p1ai/upload/iblock/7ff/FP-Sovershenstvovanie-upravleniya-v-sfere-turizma.pdf> (дата обращения 01.08.2022 г.).

© Горбатов С.А., 2022

УДК 502.171

ИНТЕГРИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВОДНЫМИ РЕСУРСАМИ ДЕСТИНАЦИИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Горбунова Т.Л.*научный сотрудник,
филиал Института природно-технических систем***Гудкова Н.К.***кандидат геолого-минералогических наук,
старший научный сотрудник,
филиал Института природно-технических систем***Матова Н.И.***кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник,
филиал Института природно-технических систем*

Сформулированы значимые проблемы современной водоохранной деятельности: недостаточность оперативной объективной информации о факторах негативного воздействия и состоянии водных объектов; разрозненность имеющихся информационных ресурсов; отсутствие аналитических инструментов для оперативной интерпретации полученных данных. Авторы предлагают апробированные методические разработки для решения обозначенных проблем: схему комплексного мониторинга природной среды бассейна водотока и применение методологии управления качеством DMAIC и статистических методов улучшения процессов «Шесть сигм» для принятия обоснованных управленческих решений в области природопользования.

Ключевые слова: рациональное природопользование, мониторинг, база данных, геоинформационная система, интегрированное управление водными ресурсами, управление качеством.

Среди природных ресурсов, обеспечивающих привлечение в регион туристов, особое место занимает вода, водные объекты. Природные водоёмы региона не только повышают привлекательность курорта для потребителей, но и служат источниками водоснабжения курортных объектов, базой рыбоводства и рекреационного рыболовства.

Одной из основных проблем, снижающих эффективность проводимой водоохранной деятельности, является отсутствие оперативной объективной информации о «факторах влияния» естественного и/или антропогенного характера, характеристиках воды и донных отложений, обусловленных первичным и вторичным загрязнением, состоянии биологических сообществ водного объекта. Речь идет о физико-химических, геологических, гидрологических, климатических и биологических параметрах, которые в большинстве случаев воздействуют на водоём и его биологические структуры в комплексе. При этом факторы, которые носят антропогенный характер, могут потенциально регулироваться природопользователями при условии получения своевременной информации и введения в практику природоохранного управления эффективной системы анализа и контроля состояния водного объекта [1].

Использование разрозненных информационных ресурсов имеет крайне низкую эффективность при формировании комплексных управленческих решений. Таким образом, при всем многообразии имеющихся информационных ресурсов, базирующихся на использовании результатов космической деятельности, как специализированных, так и общедоступных, имеется потребность в создании единого геоинформационного ресурса туристской территории. Реализация подобных ГИС возможна в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», а также федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» национального проекта «Экология».

Интегрированные подходы к управлению водными ресурсами требуют огромных объемов данных, меняющихся во времени и пространстве, из множества различных секторов: качество и количество водных ресурсов; география местности; местная геология и почва; модели землепользования – это важная и взаимосвязанная информация. Сегодня одна из самых больших проблем интегрированного управления водными ресурсами (ИУВР) – представить полный объём этой информации, всех необходимых переменных и результатов взаимодействий. Кроме того, необходимы аналитические инструменты для интерпретации данных таким образом, чтобы ими могли пользоваться лица, принимающие решения, не являющиеся специалистами в науках о Земле или биологии.

Для интегрированного управления водными (и в целом природными) ресурсами необходимо формирование объединённой базы данных геологической и экологической информации на основе комплексного системного мониторинга. В процессе проводимых авторами исследований [2, 3, 4] разработана схема мониторинга природной среды, которая включает в себя анализ воздействия процессов природного и антропогенного генезиса на динамику биогеоценозов водотоков (рис. 1).

Информация, полученная в результате комплексного мониторинга, должна заноситься в базу данных и накапливаться в едином аналитическом центре. Это обеспечит оптимальный подход к интегрированному управлению водными ресурсами рекреационно-курортного региона и позволит избежать ошибочных решений.



Рисунок 1 – Схема мониторинга воздействия опасных геологических процессов и комплексного антропогенного воздействия на динамику процессов биогеоценозов рек

Следует выделить ещё одну проблему, препятствующую повышению результативности водоохранной деятельности: отсутствие подхода, позволяющего специалистам природоохранных структур провести, на основании полученных данных, оперативный анализ и выявить причины, в наибольшей степени влияющие на ухудшение качества водной среды и снижения её биоразнообразия, предпринять необходимые административные меры и оценить их результативность.

Предлагаемая авторами методика базируется на применении методологии управления качеством DMAIC и статистических количественных методов улучшения процессов, объединённых проектом «Шесть

сигм» [5, 6, 7] и охватывает следующую цепочку причинно-следственных связей факторов, оказывающих в конечном итоге влияние на качество воды природного водотока: получение данных об уровне загрязнения воды – анализ данных об уровне загрязнения воды – информированность управляющей природоохранной системы об уровне загрязнения воды – деятельность (разработка и осуществление мер по снижению загрязнения) управляющей природоохранной системы.

Сочетание методологии «Шесть сигм» с аспектами мониторинга и улучшения качества окружающей среды может обеспечить целый ряд преимуществ для всех заинтересованных сторон: создание информационной системы, обеспечивающей вовлечение и заинтересованность населения, предпринимателей и администрации в принятии экологически приемлемых решений, минимизация антропогенной нагрузки на природные объекты и снижение объема отходов, включая сточные воды, формализирует деятельность по рациональному природопользованию и её постоянному совершенствованию [8].

В соответствии с методологией «Шесть сигм», прежде всего должны быть рассмотрены такие технологические схемы предприятий-загрязнителей, включая очистные сооружения, которые обеспечат наиболее эффективный процесс и, благодаря этому, снижение образования отходов или планирующих дальнейшую переработку отходов, в том числе и сточных вод, в коммерчески востребованный продукт [9, 10]. Таким образом, на этой стадии может быть применён расчёт стоимости неудовлетворительного процесса (дефекта) для всех природопользователей водного ресурса реки, идентифицированных на предыдущих стадиях и внесённых в систему базы данных.

Кроме того, целесообразно рассматривать для оптимизации естественных процессов водотока не только снижение количества поступающих в него загрязняющих примесей от какой-либо антропогенной деятельности, но и разработку научно-обоснованных методологий, направленных на восстановление природного потенциала самоочищения водных объектов. Такие подходы должны быть основаны на комплексном анализе экосистемы на территории водосбора и включать такие факторы, как вид покрытия берегов, степень зарегулированности русла и накопления в нём твёрдого стока/заиления субстрата, типы биоценозов, в зоне водосбора водотока и их трофические цепи, воздействие речного стока на биоценозы прибрежной полосы моря [11, 12].

Этап улучшения включает в себя внедрение в практику разработанных ранее подходов оптимизации качества водной среды и восстановления её природного видового разнообразия, таких как очистку и

вторичное использование сточных и ливневых вод, управление коммунальными и промышленными отходами, планирование и контроль водоотведения и природопользования на территории водосбора реки и другие меры [13, 14]. Все апробированные на исследуемой территории и внедренные в практику меры должны быть документированы в базе данных, так же, как и данные последующего аналитического контроля динамики показателей качества водной среды.

Предлагаемые организационно-методические подходы могут применяться для цифрового преобразования процесса принятия эффективных управленческих решений в сфере охраны водных объектов, в том числе, для экологического планирования развития территории водостока реки в рамках проекта Минстроя РФ «Умный город», федеральных проектов «Информационная инфраструктура» и «Цифровое государственное управление» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Применимы для разработки и обоснования мероприятий по исполнению федеральных проектов «Создание качественного и разнообразного турпродукта на всей территории страны» и «Совершенствование управления в сфере туризма» национальной программы «Туризм и индустрия гостеприимства», федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» национальной программы «Экология».

Список литературы

1. Галачиева С.В., Соколов А.А., Соколова О.А., Махосева С.А. Система оценки устойчивого развития региональных народнохозяйственных комплексов горных территорий // Устойчивое развитие горных территорий. – 2018. – № 3 (Т. 10). – С. 329-335.
2. Гудкова Н.К., Матова Н.И., Горбунова Т.Л. Учёт влияния геологических процессов бассейнов рек в интегрированном управлении водными ресурсами // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 9. – С. 21-25.
3. Колесникова А.А., Гудкова Н.К., Горбунова Т.Л. Оценка антропогенной нагрузки на экосистемы реки Сочи // Берега Черного моря: экологические ориентиры в настоящем – устойчивое развитие в будущем: материалы II Российско-абхазского международного научно-практического семинара / под редакцией М.С. Аракелова. – 2020. – С. 85-94.
4. Горбунова Т.Л. Зонирование водотока реки Мзымта на основе интегральной оценки экологического здоровья её гидробиоценозов // Устойчивое развитие особо охраняемых природных территорий: сборник статей VII Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Сочи. – 2020. – С. 104-114.
5. Gorbunova T., Matova N., Annandale J.M., Du Toit J.S. Quantitative Assessment Methods For Integrated Water Resources Management // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EрSBS). – Vol. 105 – CDSSES. 2021. – P. 486-497. DOI: 10.15405/epsbs.2021.04.53.
6. Матова Н.И., Горбунова Т.Л., Д. Тойт Дж. С. Применение методологии улучшения процессов DMAIC как инструмента комплексного управления водными ресурсами охраняемых территорий // Водное хозяйство России: проблемы, технологии, управление. – 2020. – № 6. – С. 48-62. DOI: 10.35567/1999-4508-2020-6-3.
7. Горбунова Т.Л., Матова Н.И. Методология мониторинга и управления экологическим состоянием рек с использованием интегральных биоиндикаторов и методов



- управления качеством // Устойчивое развитие горных территорий. 2020. – Т. 12. – № 4(46). – С. 483-492. DOI: 10.21177/1998-4502-2020-12-4-483-492.
8. Kralikova R., Rusko M., Badida M., Six Sigma method applying within environmental management // Advanced Materials Research. – 2013. – Vol. 739. – P. 700-705. DOI: 10.4028/www.scientific.net/amr.739.700.
 9. Deborde D.D., Hernandez M.B., Magbanua F.S. Benthic macroinvertebrate community as an indicator of stream health: the effects of land use on stream benthic macroinvertebrates // Science Diliman. – July-December, 2016. – Vol. 28:2. – P. 5-26.
 10. Kyriakeas S.A., Watzin M.C. Effects of adjacent agricultural activities and watershed characteristics on stream macroinvertebrate communities // Journal of the American Water Resources Association. – 2006. – Vol. 42(2). – P. 425-441.
 11. ГОСТ 17.1.04-77 «Охрана природы. Гидросфера. Показатели состояния и правила таксации рыбохозяйственных водных объектов», а также в «Нормативах качества воды водных объектов рыбохозяйственного значения...» (утверждены Приказом Приказ Минсельхоза России N 552 от 13.12.20160.
 12. Walsh C. J., Sharpe A.K., Breen P.F., Sonneman J.A. Effects of urbanization on streams of the Melbourne region, Victoria, Australia. Benthic macroinvertebrate communities // Freshwater Biology. – 2001. – Vol. 46(4). – P. 535-551.
 13. Annandale J.M., Gorbunova T.L., Gudkova N.K. Process water and waste management in open cast quarries and the possibility of fine sediments rational use // Sustainable Development of Mountain Territories. – 2021. – Т. 13. – № 1(47). – С. 7-15. DOI: 10.21177/1998-4502-2021-13-1-7-15.
 14. Гудкова Н.К., Горбунова Т.Л., Матова Н.И. Влияние полигонов ТКО на деградацию биогеоценозов прибрежных зон водотоков и Чёрного моря // Природообустройство. – 2021. – № 5. – С. 117-124.

© Горбунова Т.Л., Гудкова Н.К., Матова Н.И., 2022

УДК 304.2

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Гревцева А.А.

кандидат философских наук,

доцент кафедры логики, философии и методологии науки, Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

Радченко С.В.

кандидат социологических наук,

доцент кафедры социальных наук и этнонациональных процессов, Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева

В работе анализируются основные социокультурные проблемы развития туризма в Орловской области. Отмечается богатое разнообразие объектов культурного наследия, которые могут вызвать интерес в рамках развития туристической отрасли в регионе.

Ключевые слова: туризм, культурное наследие, пространственные локации, туристические объекты.

В современном обществе качество жизни человека напрямую коррелирует не только с трудовой сферой, но и с возможностями организации и проведения досуга. При этом акценты в проведении свободного времени смещаются в сторону его коммерциализации и технологизации. Развитие культуры постмодерна стимулировало появление новых видов досуга, тесно взаимосвязанных с природой, например, отдых на воде, пешие и конные прогулки, туры по малоизвестным местам и осмотр достопримечательностей сразу целого субъекта РФ. Такая тенденция актуализирует создание новых пространственных локаций, кластеров и туристических объектов. В связи с этим отдельный регион рассматривается как пространственная целостность для туристической сферы благодаря проявлению следующих факторов:

Историко-культурологический фактор. Так как каждый субъект РФ исторически представляет собой особый тип пространственного расселения людей, значит, особым образом выстраиваются коммуникации, социальные отношения и способы выработки культурных кодов.

Деятельностный фактор. Каждый регион отличается специфическими видами деятельности: производственной, промышленной, торговой, научной и т.д., что способствует формированию качественного своеобразия туристической инфраструктуры. Виды деятельности позволяют определить специфику туризма и инфраструктурных объектов.

Фактор «природности» отдельно взятого субъекта. С одной стороны, каждый населённый пункт представляет собой искусственную среду обитания человека, порождённую его социальными практиками, значит, здесь максимально концентрируются и проявляются достижения цивилизации. Но, с другой стороны, при эффективной пространственной организации туристической сферы целый субъект превращается в место для рекреации, отдыха и досуга.

Фактор образа жизни туриста. Данный фактор способствует формированию особого типа личности – туриста, которому свойственны устойчивые поведенческие модели.

Для развития туризма Орловская область обладает достаточно неплохими ресурсами. В отрасли работает 9 туроператорских компаний, 103 туристских агентств, 53 гостиничных хозяйства (29 из них находятся в областной столице), 6 санаториев, 1 пансионат, 7 туристических баз, 165 предприятий общественного питания, 13 детских оздоровительных центров. Областная столица – город первого салюта – Орёл, находится всего в четырёх часах езды от столицы. История Орловской области богата местами славы и доблести, культурно-литературными традициями, природой. На территории области расположены древнерусские города, возникшие еще до монгольского нашествия. Есть

притягательные для православных паломников места и места для активного отдыха. По информации, которую предоставляет управление культуры и архивного дела Орловской области, в 2021 г. 117 тысяч туристов проживали в гостиницах региона, примерно 350 тысяч человек побывали на экскурсиях в орловских музеях.

Разработаны и реализуются экскурсионные и активные многодневные туры (например: «Выходные на Орловщине» продолжительностью 2 дня/1 ночь с посещением Знаменской богатырской заставы, усадьбы Телегиных «Злынского конезавода», музея коллекционных кукол стоимостью 8 900 рублей; «Орёл – литературная столица России» продолжительностью 2 дня/1 ночь с посещением Литературного квартала в Орле, мемориальной мастерской А.И. Курнакова – лауреата премии И.Е. Репина, заслуженного художника РФСР, загородная экскурсия по маршруту: Никольско-Вяземское – Мценск – Спасское-Лутовиново стоимостью 8 900 рублей; «Императорский маршрут. Во имя Отечества» продолжительностью 2 дня/1 ночь с посещением Военно-исторического музея, Музея писателей-орловцев, «Болховского краеведческого музея», музея Орловского отделения Банка России, Орловского Свято-Введенского женского монастыря, Троицкого Рождества Богородицы Оптиной женского монастыря в Болхове; здания Штаба Черниговского полка, здания мужской гимназии, Дома директора Орловского Бахтина кадетского корпуса, Дома Губернаторов, усадьбы Телегиных, Злынского конезавода стоимостью 8 900 рублей и т. д.), автобусные и пешеходные экскурсии по Орлу и Орловской области (например: «По следам литературных героев Н.С. Лескова» продолжительностью 2 часа с посещением мужской гимназии, памятника и музея Н.С. Лескова стоимостью 500 рублей с человека; «Великая княгиня Елизавета Федоровна – шеф 17-го гусарского Черниговского полка» продолжительностью 3 часа с посещением памятных мест, связанных с именем Великой княгини Елизаветы Федоровны, более десяти лет занимавшей должность шефа боевого, славного 17-го гусарского Черниговского полка, расквартированного в Орле стоимостью 5 000 руб. с группы и т. д.), экотропы и экскурсии в Орловском Полесье (например: «В гости к зубрам» продолжительностью 2–3 часа экскурсии на Авдеевские подкормочные площадки и наблюдение за зубрами вольной популяции (только в зимний период) стоимостью для детей 7–13 лет – 500 р с человека от 14 лет – 1 000 рублей с человека и т. д.), экскурсии для детей в музеях (например: тематические экскурсии Орловского краеведческого музея продолжительностью 1,5–2 часа стоимостью от 100 рублей с человека и т. д.). Туры разрабатываются с учётом возрастной специфики: представлены как туры и маршруты для детей, так и для граждан старшего поколения.

Туристская специфика области определяется особенностями географического положения и историческими причинами. В декабре 2011 г. было

образовано управление культуры и архивного дела Орловской области одним из направлений деятельности которого стало развития регионального туризма в Орловской области.

Если проанализировать основные направления туристской деятельности, развиваемой и пользующейся популярностью в Орловской области можно выделить несколько ключевых.

Культурно-познавательный туризм, потенциал которого, во многом определяется богатым историко-культурным наследием Орловской области (на территории области расположено 1 798 объектов культурно-исторического наследия, из которых 49 объектов федерального значения, 1 590 объектов регионального и 159 местного значения. Это и памятники археологии, памятники архитектуры и градостроительства, памятники истории и монументального искусства. Семь городов – исторических населённых пунктов России по Орловской области (Орёл, 1566 год), Мценск (1146 год), Новосиль (1155 год), Ливны (1177 год), Болхов (1556 год), Дмитровск (1711 год), Малоархангельск (1778 год)) являются объектами туристического интереса. В районах области есть несколько мастеров, занятых в сфере народно-художественных промыслов, ремесел и декоративно-прикладного искусства.

Природно-экологический туризм, развитие которого связано с рядом преимуществ Орловской области. На территории области находятся сразу несколько природных зон: от хвойно-широколиственных лесов до лесостепей, обусловивших разнообразие ландшафтов и удивительное сочетание растительного и животного мира, что определяется уникальным географическим положением. Основным объектом природно-экологического туризма в Орловской области безусловно является уникальный Национальный парк «Орловское Полесье», созданный в 1994 г. на территориях Хотынецкого и Знаменского районов общей площадью 77,745 тыс. га и визитной карточкой которого стал зубр европейский, занесённый в Красную книгу Российской Федерации.

Данные виды туризма в Орловской области составляют более 75 %. Остальные виды туризма, такие как лечебно-оздоровительный, деловой, паломнический, событийный, спортивный, сельский – не более 25 %.

Однако, не смотря на все сложившиеся благоприятные условия очевидно, что путешественники не «штурмуют» Орловскую область. Хотя, объективно говоря, оценить турпоток в полной мере крайне сложно.

Статистически можно учесть лишь организованные экскурсии, продажи билетов в музеях и количество постояльцев в гостиницах. Крайне сложно просчитать туризм выходного дня, индивидуальные и семейные путешествия.

В целях эффективного развития отрасли культуры, создания в Орловской области современного и конкурентоспособного туристского



комплекса, и обеспечения развития и укрепления материально-технической базы муниципальных учреждений культуры постановлением Правительства Орловской области 23 декабря 2019 г. была утверждена государственная программа Орловской области «Развитие культуры и искусства, туризма, архивного дела, сохранение и реконструкция военно-мемориальных объектов в Орловской области».

Анализируя сложившуюся ситуацию, в целях продвижения турпродукта на российский рынок необходимо провести комплекс мероприятий в области маркетинга и связей с общественностью: подготовка и распространение рекламно-информационных материалов, участие в специализированных выставках, проведение рекламно-информационных туров для представителей СМИ и туроператоров по базовым маршрутам.

Список литературы

1. Орловская область – гид по региону [<https://russia.travel/journals/344848/>].
2. Орловская область – полный список объектов [http://nasledie-archive.ru/regs/reg_57_all.html].
3. Портал Орловской области – публичный информационный канал [<https://orel-region.ru/>].
4. Управление культуры и архивного дела Орловской области [<https://www.tourism-orel.ru/>].
5. Рябцовский Д. Что нужно Орловщине, чтобы стать привлекательной для туристов [<https://rg.ru/2022/05/05/reg-cfo/chto-nuzhno-orlovshchine-chtoby-stat-privlekatelnoj-dlia-turistov.html>].

© Гревцева А.А., Радченко С.В., 2022

УДК 378

РОССИЙСКОЕ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ НА ПЕРЕПУТЬЕ

Гретченко А.И.

*доктор экономических наук, профессор,
директор НИИ «Новая экономика и бизнес» РЭУ
имени Г.В. Плеханова; профессор
Финансового университета при Правительстве РФ*

В статье представлены результаты исследований, проведённых сотрудниками НИИ «Новая экономика и бизнес» РЭУ им. Г.В. Плеханова касающиеся роли российской образовательной системы в пространстве жизнедеятельности общества где она занимает обширную сферу переплетения прямых и косвенных интересов, процессов, действий различных сторон: от отдельного человека, до всего населения страны; от отдельных предприятий, организаций, до всего производства; от работника до сферы труда, всего социально-экономического комплекса страны. Система высшего образования в формате Болонской системы многолетними усилиями настолько глубоко трансплантирована во всю обширную сферу российского образования, интегрирована со сферами науки, труда, общества в целом, что трудно даже представить не

только целостное, но даже фрагментарное единовременное её упразднение. Автор статьи высказывает своё мнение относительно всерьёз высказываемых в российском научно-педагогическом сообществе требований немедленной отмене нынешней системы российского высшего образования (имеется в виду Болонского типа) и переходу к новой, несущей черты национальной традиционности. В статье отмечается, что в настоящее время пока не совсем ясен механизм одномоментной отмены и переноса системы. В завершающем разделе статьи сделаны выводы, касающиеся некоторых аспектов судьбы Болонской системы в Российской Федерации, других новаций последних лет, в том числе западного образца в высшем образовании, на основе опыта предыдущих реформирований высшей школы.

Ключевые слова: Болонская система, российское высшее образование, специалитет, бакалавриат, магистратура, реформирование высшего образования.

В настоящее время во многих образовательных учебных заведениях разного уровня активно ведётся подготовка специалистов для сферы туризма.

Туризм все успешнее формирует свое мировое социально-педагогическое и культурно-историческое пространство, в рамках которого возникает конкуренция, инициирующая новые импульсы развития. Заняв ведущее место в мировой экономике, свободном обмене идеями и ценностями культурно-исторического наследия, туризм выступает как эффективное средство воспитания поликультурной толерантности.

Следует отметить, что развитие туризма актуализирует проблему подготовки специалистов в системе туристского образования, в её различных проявлениях: в секторе производства и оказания туристских услуг, секторе профессиональных общественных организаций, туристском воспитании и просвещении. Проблема человеческих ресурсов тесно связана с актуальными аспектами этнического туризма, туризма, сберегающего природную и культурную среду. Туристское образование открывает широкие возможности для сохранения культурно-исторического наследия, тем самым сохраняет не только памятники как материальные объекты, но и язык, обычаи, фольклор и многие другие этнокультурные составляющие. Профессиональное туристское образование формирует специалиста, ответственного за целостное и созидательное развитие всего туристского движения. Расширение туристских связей и туристской деятельности, многоукладность экономики туризма, его мирохозяйственное значение – всё это определяет многообразие систем профессионального туристского образования в России и мире.

Одной из характерных особенностей российского образования является перманентность его реформирования, затрагивающая либо систему в целом, либо существенные его составляющие: организацию,



содержание, финансовое обеспечение. Естественно, что благами целями при этом выдвигается приведение деятельности образования в гармонию с новыми запросами, вызовами и востребованностью общества, его политических, экономических, социальных сфер.

В соответствии с масштабами и характером этих запросов определяются соответствующие показатели реформирования. Очередная, готовящаяся реформа в отличие от предыдущей – носившей именование модернизации и направленной на вращение образования в постсоветские условия жизни общества, присущие западным странам с их демократией и рыночной экономикой, все в большей мере вырисовывается как антипод модернизации: имеет национально-патриотическую аранжировку в форме воссоздания и развития приоритетности отечественных, традиционных для России содержания, форм и методов функционирования образования.

Обращаясь к современности, зададимся вначале вопросом: за счёт чего, каких качеств, объективно, а не на чей-то «вкус» ряд инноваций западного характера, в том числе Болонский процесс, система приняты и стали базовыми не только в странах Европейского, но и многих других континентов.

По поводу некоторых наиболее острых предметов обсуждения уже идущей реформы. Начнём с не шуточного, а всерьёз высказываемого требования о немедленной отмене нынешней системы российского высшего образования (имеется в виду Болонского типа) и переходу к новой, несущей черты национальной традиционности.

При этом в качестве успокаивающего тезиса, со стороны руководства Роспотребнадзора при одном из обсуждений высказано мнение, что риска катастрофических последствий для России из-за отказа от Болонской системы образования не будет, страна «всегда двигалась по своему пути».

Возникает сомнение иного рода: насколько реалистично (и рационально) вообще ставить в такой экстремальной формулировке подобную задачу.

Прежде всего совсем не ясен механизм одномоментной отмены и переноса системы. Ведь образовательная система, как и её фрагмент – высшее образование, не набор нормативов, регламентов, не сеть учреждений образования и даже не кадры. Образовательная система – это нечто значительнее, масштабнее и сложнее. В пространстве жизнедеятельности общества она занимает обширную сферу переплетения прямых и косвенных интересов, процессов, действий различных сторон: от отдельного человека, до всего населения страны; от отдельных предприятий, организаций, до всего производства; от работника до сферы труда, всего социально-экономического комплекса страны. Система высшего образования в формате Болонской системы многолетними

усилиями настолько глубоко трансплантирована во всю обширную сферу российского образования, интегрированы со сферами науки, труда, общества в целом, что трудно даже представить не только целостное, но даже фрагментарное единовременное её упразднение. Она включает в себя разноплановые экономические, трудовые, педагогические, положения всеобщего характера: такие, например, как автономия образовательных учреждений; академическая мобильность студентов и преподавателей; модульное межпредметное построение обучения, механизмы учёта и контроля, другие взаимосвязанные новации.

Далее, столь же неясны и даже легковесны рассуждения о возврате к традиционной для России модели высшего образования. Исходя из общемировоззренческих положений об обусловленности, во многом, построения национальных систем образования общей ментальностью общества, государства, стратегией его развития, следует это же, отнести и к предполагаемой национально-традиционной модели российского образования. В качестве таковой можно предположить советскую модель (не дореволюционную все же). Но эта модель отражала именно советское устройство общества, советский образ мышления, ментальность, во многом значительно отличающиеся от иных мировых систем. Но советское общество, к сожалению, не выдержало проверки временем и ушло в историю, следуя вечному философскому послы: «В одну и ту же реку дважды не войдешь». Так под какое же общество формировать модель образования: под традиционное (имея в виду советское), которого уже нет, либо под новое, но уже не традиционное? И по каким лекалам формировать модель самого общества?

Отметим далее, что в последних по времени происходящих обсуждениях, просвечивает достаточно здравое мнение: имеет ли смысл столь абсолютизировать негатив Болонской системы, вообще новаций западного типа в образовании? Ведь как уже говорилось, выбор их для России был не спонтанным актом в какой-то мере, учитывались и определённые черты отдельных её положений, близких по идее и форме решения – отечественным, традиционным, в их уже современном понимании.

Рассмотрим некоторые из подобных элементов по существу, но уже в сопоставлении с имевшей ранее советской практикой. Начнём с двухуровневого высшего образования.

Подобного рода идея давно витала в сферах и образования, и труда уже в советском, не говоря о постсоветском периоде, и одной из её объективных предпосылок является возрастание темпов и масштабности высокотехнологичных видов деятельности, требующих инновационной и креативной активности, разного рода профессиональной мобильности практически в

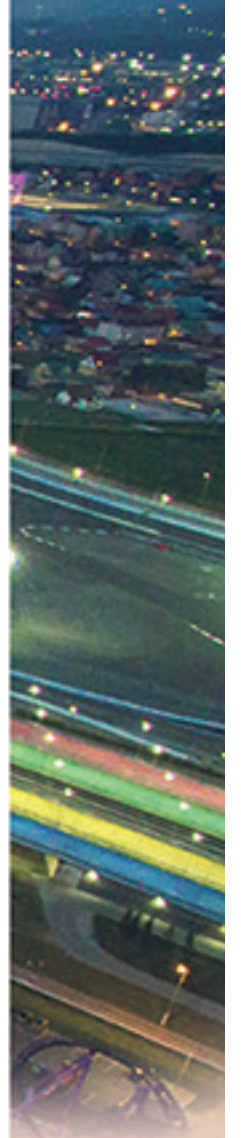


каждом виде деятельности от каждого работника – одним из неперенных условий чего является сочетание их широкого общепрофессионального развития и, одновременно глубокой предметной специализации на фоне всего комплекса иных элементов личности, включая морально-нравственные. Но все это формируется в процессе соответствующей постановки обучения. Советская система высшего образования – подготовка специалистов, была в целом ориентирована на решение такой двуединой задачи, но в реальности, в условиях существующей общей инерционности общества, экономики – этого достигнуть не удалось. Специалитет изначально был «заострён» на предметность подготовки в рамках образовательных программ по конкретной специальности, число которых было чрезмерно большим и дробным. В результате выпускники вузов, что во многом обостренно проявилось в условиях рыночной экономики, во многом оказывались не готовы к показанным высоким требованиям.

Если в условиях советской централизованной плановой системы эти огрехи высшего образования и постоянно как-то, но не до конца латались, путём расширения профиля или, наоборот, специализации подготовки, то в западных моделях образования, имевшего изначально больше рамочных возможностей самоадаптации, они решались более радикально, в том числе на основе базисной, исторически сложившейся методологии разделения общего курса на две те самые составляющие с различным их назначением: бакалавриат – главным образом 4 года обучения и преобладание широкопрофильной подготовки, далее магистратура – 2 года учебно-научной подготовки работника преимущественно инновационного назначения. И те, и другие выпускники вузов, в особенности бакалавры, требовали все более серьёзной специализирующей профильной доподготовки, что и осуществлялось в широких масштабах, в разной форме. Далее имела докторантура, уже научного содержания.

С самого начала не были решены вопросы, а это изначально важно, о взаимоотношениях по целям и содержанию уровня обучения: бакалавриата и специалитета; о функциях аспирантуры; тоже о докторантуре. Бывшая ранее логика построения структуры высшего образования: специалитет – аспирантура и далее, чуть отчужденно, докторантура приняла вид: бакалавриат (как бы в параллель, но несколько обособленно – специалитет; магистратура (как бы в параллель с ней аспирантура). Докторантура выбыла за рамки системы высшего образования.

Новые подходы к целям обучения, потребовали новых технологий построения его содержания организации и много чего другого в соответствии с общей направленностью Болонской системы. Например, начал внедряться уже упомянутый модульный, подход к обучению – уход



от предметного, к межпредметному его построению, перспективный во всех отношениях, но в силу чрезвычайной сложности и практически, и методологически до конца так и не осуществленный.

При этом, прямо скажем, переход к Болонской системе выявил недостаточную готовность к реализации многих новаций и разного уровня служб организационно-методического обеспечения высшего образования, и коллективов многих вузов, которым в свете общих положений Болонской системы было решено – дать автономию, свободу действий, пусть они сами совместно решают задачи развития системы, возложили реализацию комплекса этих задач. Но самое главное – переход к этим новациям, в том числе и полезным, оказался трудным для значительного числа преподавателей.

Показанные трудности в её построении, оставляя в стороне политические аспекты, будут иметь место и при внедрении всякой новой системы поскольку во многом связаны с готовностью к этому самих кадров образования (да и не только его), их возможностями, способностями и умениями, да и желаниями, которые как говорилось, не у всех и не всегда имеют требуемый уровень. Это обстоятельство во многом обусловлено, в частности, сложившейся долгие годы практикой деятельности вузов, работы преподавателей, исследователей в рамках жесткой регламентации, соответствующей общим принципам построения административно-бюрократического, практически тоталитарного общества. В соответствии с этой системой строилось и управление высшим образованием, процессами его развития: унифицирующими стандартами, инструкциями, правилами регламентировались практически все стороны жизнедеятельности вузов. Это способствовало технологичности управления высшим образованием, обеспечивало единообразие в формировании и реализации образовательных программ, в организации и осуществлении контроля за качеством обучения; поддерживало взаимодействие высшей школы с другими уровнями образования, сферой труда. Но при этом позитиве, столь жёсткая «норматизация» высшего образования противоречила одной из важнейших составляющих самой его сути функционирования и развития на основе собственного активного восприятия и отражения как текущей динамики требований внешней среды, но особенно, и опережения их, и в содержании обучения, и в его технологиях.

Но о каком саморазвитии можно было говорить, когда, например, выделенные вузу, впрочем, как и другим учебным заведениям, финансовые средства были «расписаны» по статьям – по каждому виду расходов, и руководство вуза не имело возможности их на что-либо иное, будь даже наиважнейшее, потребить: нужно было идти «кланяться» в



министерство, чиновникам, зачастую их «стимулировать». Образовательные программы, процедуры контроля знаний также были достаточно жёстко расписаны по предметам, видам занятий.

К слову, такая регламентация деятельности вузов вызывала, мягко говоря, непонимание у наших довольно многочисленных западных коллег, из мира высшего образования тогда вполне доброжелательно к нам относившимся.

Возникает вопрос: нужно ли возвращаться к прошлому нормативу бюджетного финансирования вузов на уровне закона при условии действительно объективной оценки его реального наполнения? Считаем, ни один здравомыслящий руководитель вуза не возразит против этого. Именно в качестве подобных финансовых и иных «охранников» экономической и иной устойчивости высшего образования в условиях рынка, систему нормативов было бы вполне уместно взять с собой в будущую модель образования.

В завершение проведённого рассмотрения некоторых аспектов судьбы Болонской системы, других новаций последних лет, в том числе западного образца, в высшем образовании, на основе опыта предыдущих реформирований, можно сделать вывод:

Прежде всего рассмотрение проблемы должно быть проведено на действительно глубоко профессиональном, но не пропагандистском уровне, без излишней злободневной политизации.

Рассмотрение должно иметь комплексный характер и учитывать интересы широкого круга субъектов сферы высшего образования. Методологически такая база достаточно хорошо в России разработана в виде программно-целевого, в настоящее время утверждающегося в форме проектного подхода.

Российское высшее образование должно трактоваться не как «кузница» кадров, не в роли специфической отрасли, имеющий характер субъекта хозяйствования, а в качестве важнейшего института гражданского общества, непосредственно реализующего его социальный заказ, интегрально включающий разносторонние запросы заинтересованных в образовании субъектов – от общества в целом, до отдельных его граждан;

При формировании новой (все же правильнее говорить, современной российской, поскольку она неизбежно будет опираться на основные компоненты уже бывших ранее или имеющиеся) образовательной системы нет необходимости даже говорить о возврате к прошлому традиционному образованию в полном смысле этого понятия. Ушедшее общество не вернуть, а новое, гипотетическое, требует уже и адекватной системы образования.

Целесообразно в полной мере использовать все имеющиеся положительные качества уже апробированных в образовании новаций.

При формировании системы высшего образования нужно увязать в единый комплекс (в соответствии с п. 2) с ним по основным идеям, содержанию, технологиям, структуре другие уровни образования, иначе не будет видно конца доработкам и уточнениям.

Одним из фундаментальных устоев системы должна быть общественно-педагогическая база, ориентирующая образование, включая высшее, на реализацию традиционного российского понимания целей образования – многостороннее развитие личности – морально-нравственные, профессиональные и иные её компоненты; образование, реализуемое в лучших отечественных традициях коллективизма и гуманизма, с учётом рыночной среды, но без допущения приоритета посылов этой среды в деятельности образования; рефреном во всех этих процессах должен звучать призыв нашего народного, глубоко национального поэта к педагогам: «Сейте разумное, доброе, вечное!». Иначе мы можем получить в образовании ситуацию – шаг вперед, два шага назад – и уже без знака вопроса.

*Статья подготовлена в рамках
Программы фундаментальных исследований
РЭУ им. Г.В. Плеханова.*

Список литературы

1. Воронова Т.А., Гретченко А.И., Кулапов М.Н., Зуев В.М., Калинина И.А. Разломы российского образования // Открытое образование. – 2019. – Т. 23. – № 4. – С. 4-12.
2. Гретченко А.И. Болонский процесс: плюсы и минусы. Серия Мастер-класс: монография. – М.: Наука, 2005. – 102 с.
3. Гретченко А.И., Гретченко А.А. Болонский процесс: интеграция России в европейское и мировое образовательное пространство. (Бакалавриат, Специалитет): учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2021. – 425 с.
4. Зуев В.М., Гретченко А.И. Проблемы высшего образования в свете нового Закона «Об образовании в Российской Федерации» // Вестник РЭУ. – 2013. – № 2(56). – С. 5-12.
5. Gretchenko A.I., Gretchenko A.A. (2021) Labor Market in the Conditions of Digitalization of the Russian Economy. In: Ashmarina S.I., Mantulenko V.V. (eds) Digital Economy and the New Labor Market: Jobs, Competences and Innovative HR Technologies. IPM 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. – Vol 161. – Springer, Cham. – С. 283-290. DOI: 10.1007/978-3-030-60926-9_36.

© Гретченко А.И., 2022



ТРАНСПОРТНЫЕ КОРИДОРЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННО- ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Днепров М.Ю.

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры экономики, менеджмента и финансов,
Пятигорский государственный университет, и.о. руководителя
научно-исследовательской лаборатории
«Экономические и экологические проблемы
развития Северо-Кавказского макрорегиона»*

В статье раскрывается целесообразность формирования транспортных коридоров, соединяющих туристические зоны или кластеры различных типов для стабилизации туристических маршрутов, включая национальные, повышения их привлекательности и сокращения временных и финансовых затрат на непосредственные перемещения рекреантов и туристов между локациями маршрута. Подробно рассмотрена текущая ситуация с формированием транспортных коридоров, способных повысить количественные и качественные показатели туристической отрасли в кавказских и причерноморских регионах России.

Ключевые слова: высокоскоростное движение, Кавказ, мультимодальные перевозки, Причерноморье, рекреация, транспортная инфраструктура, транспортный коридор, туризм, туристическая зона, туристический маршрут.

К особенностям спроса на современном рынке туристических продуктов можно отнести постепенное сокращение средней продолжительности пребывания туриста в отдельной локации. Одной из причин этого становится тот факт, что всё большее количество туристов предпочитают не ограничиваться в ходе своего путешествия относительно долгим пребыванием в одном и том же месте, а стремятся посетить последовательно несколько регионов или туристических зон, каждая из которых обладает специфическими особенностями и могут относиться к различным типам рекреации, обладая, таким образом, определённой уникальностью в контексте конкретного туриста [12, с. 59]. Другими словами, уменьшение спроса, связанное с сокращением пребывания туриста в том или ином месте может быть компенсировано ростом количества туристов, из числа посещающих соседние, или связанные в единый кластер, туристические зоны. Но для этого необходимо, чтобы между туристическими зонами были сформированы транспортные коридоры с достаточной пропускной способностью, необходимой инфраструктурой и соответствующим уровнем комфорта.

С учётом сложившейся тенденции, Правительством России в 2021 г. был разработан комплексный подход к отбору и продвижению наиболее значимых и перспективных туристических маршрутов, критерии определения которых вступили в силу 1 июля 2022 г. [8]. Отобранные таким образом из числа заявленных регионами маршруты, как давно действующие, так и совершенно новые, получают статус национальных, что позволяет им быть представленными на сайте Ростуризма и участвовать в программах продвижения через поисковые системы, а также с помощью ведущих агрегаторов туристических услуг. Решение о том, какие туристические маршруты войдут в список национальных, принимаются по результатам экспертизы документов и очной защиты проекта. При этом предполагается, что такие проекты должны быть перспективными и способствовать росту туристического потока в регионе не менее чем на четверть по сравнению с предшествующим периодом [9]. На первом этапе запущено около 30 подобных маршрутов, позволяющих рекреантам посетить несколько мест во время путешествия по стране, а к 2024 г. планируется увеличить их количество до 100.

Стоит подчеркнуть, что целью создания системы национальных туристических маршрутов является, прежде всего, развитие туризма в тех субъектах Российской Федерации, которые на данный момент не являются лидерами в этой отрасли, поэтому первые отобранные маршруты, практически не затрагивают Москву, Санкт-Петербург, Казань, а также курорты кавказских и черноморских регионов. Кроме того, маршруту для получения национального статуса не обязательно обладать идеальной инфраструктурой – в ряде случаев допускается нехватка указателей, парковок, обслуживающего персонала, наличие участков дорог недостаточного качества и т. п. Однако, общее количество подобных недостатков, разумеется, не должно превышать определённой «критической массы», а также у регионов должен иметься чёткий план по их устранению [1]. Рекомендованная стоимость туров, проходящих по национальным маршрутам, была оценена в 3 000 рублей на человека в день, но фактически, в силу ряда причин, включая межрегиональную ценовую дифференциацию, она оказалась, за редкими исключениями, в 2–3 раза выше [7].

Одним из факторов, способных стабилизировать туристические маршруты, включая национальные, обеспечить их привлекательность, а также сократить стоимость и время, затрачиваемое на непосредственные перемещения между локациями маршрута, либо увеличить насыщенность основной туристической программы при тех же финансовых и временных затратах, является наличие релевантных туристическому маршруту транспортных коридоров. Дело в том, что исторически,



практически в любом регионе транспортная инфраструктура формировалась прежде всего, разумеется, в соответствии с потребностями экономики или в связи с военной необходимостью, но никак не с туристическими потоками, значение которых обозначилось лишь в последние несколько десятилетий. Да и в современных условиях крупномасштабный инфраструктурный проект, каковым является формирование транспортного коридора, имеет шансы на реализацию только в том случае, когда результатом инвестиций становится общее комплексное развитие соответствующих территорий, а не только отдельных отраслей, таких как рекреационно-туристическая. Следует также помнить, что инфраструктурные транспортные проекты являются долгосрочными, или, в редких случаях, среднесрочными, а это означает, что любой из множества связанных с ними факторов может существенно изменять свою актуальность в течении периода реализации. В силу этого далеко не все появляющиеся проекты оказываются реализованы в будущем.

С учётом перечисленных особенностей рассмотрим ситуацию с формированием транспортных коридоров в причерноморских и северокавказских регионах России, поскольку расположенные здесь субъекты РФ обладают значительным рекреационно-туристическим потенциалом, однако их транспортная инфраструктура, за редким исключением, не может считаться достаточно развитой [3, с. 51–62].

Развитие пассажирской транспортной инфраструктуры Причерноморья и Северного Кавказа всегда имело для России стратегическое значение, а в последние годы его актуальность заметно усилилась благодаря воссоединению с Крымом. После открытия в 2018–2020 гг. автодорожного и железнодорожного мостов через Керченский пролив и активной модернизации транспортной инфраструктуры Крымского полуострова, стали появляться проекты дальнейшего укрепления транспортной связанности Крыма с соседними регионами, одним из которых может стать российская транчерноморская высокоскоростная пассажирская магистраль (ВСПМ) «Черноморье» [11, с. 8]. Предполагается, что первая очередь этой магистрали соединит Геленджик и Севастополь, проходя через Таманский полуостров до станции Кавказ, по железнодорожному мосту пересекая Керченский пролив и далее от Керчи до Феодосии, а затем вдоль северной оконечности Крымских гор до Севастополя.

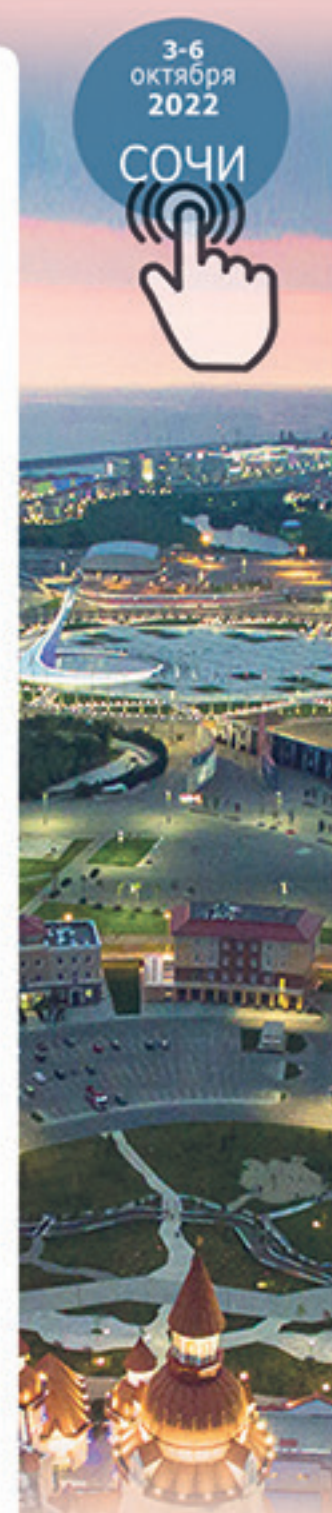
Одним из преимуществ этого проекта является естественное решение проблемы тупикового Новороссийского железнодорожного узла и превращения его в сквозной тип за счёт прокладки новой ветки в обход станции Грушевая до Геленджика, а также части ВСПМ от Геленджика (вдоль побережья через Кабардинку) до станции Новороссийск. В

результате возникнет железнодорожное кольцо, на котором планируется построить пассажирскую станцию и депо для отстоя, ремонта и экипировки составов, которые будут курсировать по высокоскоростной магистрали.

В дальнейшей перспективе рассматривается возможность строительства второй очереди этой магистрали, которая может соединить Геленджик (новая железнодорожная станция в котором уже будет построена при реализации первой очереди проекта) со станцией Туапсе, а возможно, – и далее, с переводом на высокоскоростной режим участка железной дороги в сторону станции Адлер.

Трудно отрицать, что полномасштабная реализация формирования такого транспортного коридора существенно расширит перспективы развития курортной зоны Черноморского побережья как в Крыму, так и на Кавказе. Магистраль станет основой для дальнейшей интеграции Причерноморских регионов в единый историко-культурный и социально-экономический комплекс. Однако, рассматривая роль высокоскоростной магистрали в аспекте развития туризма и рекреационно-оздоровительной сферы, нетрудно заметить, что её маршрут охватывает преимущественно курортные регионы одного типа, а именно – приморские климатические. Вряд ли поэтому стоит ожидать, что туристы начнут массово использовать новый транспортный коридор для перемещения с одного побережья на другое. Кроме того, туристический поток между двумя населёнными пунктами, расположенными на морском побережье, может быть легко организован с помощью морского же транспорта.

При этом нужно учитывать, что в определённых ситуациях, наличие высокоскоростной пассажирской магистрали способно значительно увеличить туристический поток и повысить качество туристического продукта. Так, например, в летний сезон 2022 года, когда аэропорты Симферополя, Краснодара, Анапы, Геленджика, Ростова-на-Дону и других городов на юго-западе России оказались закрыты, и как туристам, так и туроператором пришлось использовать достаточно сложную систему мультимодальных перевозок [2]. Например, для доставки отдыхающих в Анапу, предлагалось использовать аэропорт Сочи, прямо из которого можно продолжать путешествие в течение 8–9 часов на скором пригородном поезде «Ласточка», с движением которого было синхронизировано расписание некоторых авиарейсов, до Анапы [5]. Понятно, что если бы рассматриваемый высокоскоростной транспортный коридор существовал уже сегодня, подобная поездка могла бы быть на 4–5 часов короче, что резко увеличило бы интерес к ней туристов. К тому же таким образом можно было бы добраться не только до Анапы, но и до любого другого курорта на Черноморском побережье. Однако, ситуацию с закрытыми аэропортами, всё же, следует, по-видимому, рассматривать как чрезвычайную и надеяться, что она не примет многолетнего характера.



Из сказанного выше можно также сделать вывод о том, что транспортный коридор будет активно использоваться туристами для перемещения между различными туристическими зонами и, как следствие, сможет использоваться как структурообразующая составляющая туристических маршрутов, скорее всего в том случае, если он связывает туристические объекты различных типов, например, бальнеологические курорты с климатическими, а морские – с горными.

Перспективным, в этой связи, представляется имеющий достаточно долгую историю проект строительства автомобильной дороги, соединяющей несколько крупных курортных кластеров южной России – Кавказские Минеральные воды, Архыз и другие горнолыжные курорты Карачаево-Черкесии, Красную Поляну и сочинский участок Черноморского побережья. Первые варианты проекта автодороги, соединяющей Адлер с Черкесском, появились ещё в 1961 году, однако конкретные пути прокладки трассы через Кавказский хребет появились около двух десятилетий назад. Наиболее перспективный и относительно дешёвый 280-километровый маршрут, предложенный в 2003 г. через перевал Загедан и озеро Кардывач вызвал возражения Росприроднадзора и различных экологических организаций из-за использования территорий Кавказского заповедника и Сочинского национального парка [4]. В 2017 г. появились новые подходы к реализации проекта, в частности руководство Карачаево-Черкесии предложило 273-километровый маршрут магистрали, включающий участки уже существующих федеральных дорог А155 и А156, а также проходящий через Архыз, Лунную Поляну, гору Дукка и верховья реки Большая Лаба. Однако этот путь, хоть и немного короче варианта 2003 года, оказался гораздо сложнее технически, поскольку требовал, помимо прочего, строительства двух тоннелей протяжённостью 12 километров в сложных горных условиях.

В итоге, к настоящему моменту в качестве основного рассматривается вариант строительства дороги, предложенный Министерством транспорта Ставропольского края. Этот проект, включающий в себя строительство 103 километров шоссе, и реконструкцию ещё 159 километров существующих дорог, в апреле 2022 г. был утверждён Правительством РФ и включён в концепцию социально-экономического развития Северного Кавказа до 2030 г. [10]. Здесь также, как и в предыдущем варианте потребуется проложить два тоннеля протяжённостью 7,6 и 5,1 км, однако преимуществом Ставропольского варианта является тот факт, что вся дорога, протяжённостью 334 километра, будет четырёхполосной. Стоимость оценивается примерно в 97 млрд рублей, а завершить строительство планируется к 2026 г. [13].

К обстоятельствам, затрудняющим и даже ставящим под сомнение возможность реализации данного проекта, по-прежнему относится экологический фактор. Трасса никаким образом не может полностью миновать территорию Кавказского биосферного заповедника, который создавался именно для сохранения в этом месте особой экосистемы в первозданном состоянии, чему вряд ли будет способствовать строительство и дальнейшая многолетняя эксплуатация крупной автодороги. Тем ни менее, ожидаемый позитивный эффект, который данный транспортный коридор может оказать на развитие туризма и экономики в целом, а значит и качество жизни населения сопредельных территорий, включая, помимо непосредственно сочинского и минераловодских курортов, Мостовской район Краснодарского края, республики Адыгею, Кабардино-Балкарию и Карачаево-Черкесию, делает вероятность осуществления проекта достаточно высокой, несмотря на то, что сроки и финансовые параметры строительства могут оказаться менее оптимистичными [6].

Разумеется, рассмотренные нами проекты формирования новых транспортных коридоров и модернизации существующих, способствующих развитию туристско-рекреационной инфраструктуры региона, являются далеко не единственными возможными, однако, именно они имеют на сегодняшний день достаточно высокие шансы на реализацию в среднесрочной перспективе. В завершении считаем необходимым отметить, что даже если ограничится рассмотрением причерноморского региона и западной части Большого Кавказского хребта, можно выделить и другие проекты, связанные с формированием транспортных коридоров, способных существенно расширить возможности многочисленных отдыхающих на этой территории. Сюда можно отнести, например, проект восстановления Военно-Сухумской дороги, проходящей через Клухорский перевал или формирование полноценной дороги через Санчарский перевал, однако их реализация, по-видимому, дело достаточно отдалённого будущего.

Список литературы

1. Баева С. Интересно и недорого: лучшие национальные туристические маршруты России. РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20220221/marshruty-1773596146.html> (дата обращения: 23.08.2022).
2. Белова И. Туроператоры юга России оценили мультимодальные перевозки в Анапу // Российская газета – Экономика Юга России. – 2022. – № 186.
3. Днепров М.Ю., Маслова Д.В., Михайлюк О.В. Оценка экономических последствий пандемии коронавируса в Северо-Кавказском макрорегионе: монография. – СПб.: Инфо-да, 2021. – 112 с.
4. Михеенко Д. Экологи против строительства трассы из Кавминвод в Сочи // Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4945326> (дата обращения: 23.08.2022).



5. Мультимодальные перевозки // Сайт РЖД. – URL: <https://www.rzd.ru/ru/9279/page/103290?id=19555> (дата обращения: 23.08.2022).
6. Назарова А., Приходько В. На прекрасные Кавминводы будущего нужно больше денег // Консорциум «Леонтьевский центр – AV Group» (LC-AV). – URL: <https://lc-av.ru/2021/08/12/na-prekrasnye-kavminvody-budushhego-nuzhno-bolshe-deneg-ekspert-yug/> (дата обращения: 23.08.2022).
7. Национальные туристические маршруты. – URL: <https://www.alean.ru/page/turist-marshruty/> (дата обращения: 23.08.2022).
8. Об утверждении Правил определения национальных туристских маршрутов: Постановление Правительства РФ от 29 ноября 2021 г. No 2086.
9. Правительство утвердило правила определения национальных туристических маршрутов. – URL: <http://government.ru/news/43986/> (дата обращения: 23.08.2022).
10. Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа на период до 2030 г. Утв. Расп. Правительства РФ от 30 апреля 2022 г. No 1089-р.
11. Числов О.Н., Богачёв В.А., Егорова И.Н., Богачёв Т.В. Трансчерноморская высокоскоростная пассажирская магистраль как инновационный проект развития транспортной системы Юга России // Известия Петербургского университета путей сообщения. – 2019. – Т. 16. – № 1. – С. 7-17.
12. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства, и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
13. Ярмизин И. Кавминводы – Сочи // Новая газета Кубани. – URL: <https://ngkub.ru/ekonomika/kavminvody-sochi> (дата обращения: 23.08.2022).

© М.Ю. Днепров, 2022

УДК 338.48

ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ПОСТКОВИДНУЮ ЭПОХУ

Дорофеева Л.В.

кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник лаборатории
комплексного исследования пространственного
развития регионов ИПРЭ РАН

На протяжении последних лет в России формируется тренд на путешествия внутри страны. Появление данного тренда и спектра новых туристических возможностей во внутреннем туризме, обусловлено не только закрытыми границами и карантинными ограничениями, но и выросшем поколением в условиях открытых границ. Государство активно поддерживает данный тренд как комплексный инструмент социально-экономического развития страны и регионов. В статье рассмотрены возможности развития внутреннего туризма после окончания активной фазы ограничительных мер, вызванных пандемией новой коронавирусной инфекцией.

Ключевые слова: туризм, инфраструктура, конкурентная привлекательность, системный подход, проектный подход, внутренний туризм, пандемия коронавирусной инфекции.

Туризм – одно из приоритетных направлений социально-экономической политики России. Пандемия, обрушившаяся на весь мир в 2020 г., оставила заметный след на всей сфере услуг. Индустрия туризма не стала исключением. Даже спустя год ситуация с международным туризмом остается напряжённой. Потери, понесённые российской туристической отраслью в результате негативного влияния пандемии коронавируса, оценены в 1,5 трлн рублей при годовом обороте в 3,7 трлн рублей в докризисный период [7]. На данный момент внутренний туризм во всех туристических развитых странах является отличным альтернативным вариантом международному туризму ввиду сложившихся ограничений за последний год.

В мире существует огромное количество различных видов туризма, исходя из различных базовых классификационных принципов или признаков. По территориальному принципу туризм принято разделять на внутренний, выездной и въездной. Согласно критериям Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), сбалансированный рынок туризма, представленный на рисунке 1, рассчитывается в пропорции: 1 : 1 : 4 – один въездной турист, один выездной и четыре внутренних.

На протяжении последних лет в России формируется тренд на путешествия внутри страны. Становится модным побывать на Байкале или Алтае, в отличие от путешествий по Европе. Появление данного тренда обусловлено выросшем поколением в условиях открытых границ. На данный момент внутренний туризм для российских туристов является отличным альтернативным вариантом международному туризму ввиду сложившихся ограничений за последний год.



Рисунок 1 – Оптимальный баланс туристического рынка

Внутренний туризм предполагает интерес граждан к памятникам культуры и истории своей страны, к природному достоянию и рекреационным ресурсам государства. Ключевой особенностью внутреннего туризма является перераспределение доходов между регионами за счёт сохранения капитала внутри страны и как следствие стимулирование национальной экономики. Объекты туристической инфраструктуры являются основой создания комфортной городской среды, что напрямую влияет на уровень качества жизни в регионах. Подробнее о влиянии уровня развития внутреннего туризма на ВВП можно ознакомиться в работе «Туризм и экономический рост: региональный аспект» [9].

Исследованиями в области внутреннего туризма в Российской Федерации занимается довольно большое количество специалистов в данной области. Среди них хотелось бы выделить профессора РГУ-ТиС Бушееву И.В., занимающуюся исследованиями в сфере государственного регулирования туризма в России, и профессора МГУ Логунову И.В., публикующую работы, посвященные внутреннему туризму в регионах и маркетингу территорий [3].

Современное состояние развития внутреннего туризма в России оценить довольно сложно из-за отсутствия полноценных статистических данных. Сложность статистического анализа внутреннего туризма также заключается, в том, что многие туристы не используют общественный транспорт для путешествий, а отдают предпочтение личным автомобилям. Также, следует отметить, что большинство туристов не пользуются услугами туристических агентств, а самостоятельно составляют маршруты и бронируют билеты.

На активное развитие внутреннего туризма в Российской Федерации влияет довольно большое количество факторов, которые не раз упоминались как Руководителем Федерального Агентства по туризму, так и Президентом Российской Федерации. Среди них можно выделить следующие: отсутствие сформированного туристического бренда, высокие цены на авиаперелёты между регионами, низкое качество предоставляемых услуг, низкоквалифицированный персонал, слабо развитая инфраструктура, не проработанность нормативно-правовой базы и ограниченность рекламных кампаний [2]. Сложная эпидемиологическая обстановка в стране продолжает сохраняться, многие курорты по-прежнему остаются закрыты по решению глав регионов, что даёт время и возможность для решения инфраструктурных вопросов по улучшению качества предоставляемого сервиса и уровня предложения по мере снятия карантинных ограничений.

В сложный для всей индустрии год Федеральным Агентством по туризму совместно с Правительством Российской Федерации был создан пакет мер по поддержке и восстановлению отрасли. Некоторые результаты можно оценить уже сейчас. Самым масштабным проектом по возобновлению туристического спроса стал запуск государственной программы Ростуризма стимулирования внутреннего туризма «кэшбек за отдых в России». В рамках данной программы каждый желающий гражданин России может получить на карту с платежной системой «МИР» возврат денежных средств в размере 20 % (но не более 20 тысяч рублей) от стоимости приобретенного тура по России или номера в отеле, участвующего в программе, оформленных на сайте мирпутешествий.рф. По данным Ростуризма, в 2020 г. россиянами за первое и второе окно продаж суммарно было приобретено туров на сумму 6,5 млрд рублей, из которых обратно населению вернулось порядка 1,2 млрд рублей [6]. Также стране стартовала программа субсидирования чартерных рейсов из федерального бюджета, которая в 1,5–2 раза сокращает стоимость авиабилетов по различным направлениям. Помимо этого, в России начала работу бонусная программа Russia Travel. Club, которая реализуется туристско-информационными центрами России [5]. Таким образом, инструменты поддержки внутреннего туризма, реализуемые Федеральным Агентством по туризму, дают первые результаты: туристический спрос растёт, но качества предложения остается на низком уровне.

На момент 2021 г. спрос на внутренний туризм в России значительно опережает уровень и качество предложения, что создает глобальную проблему несоответствия соотношения «цена-качества». В рамках данной проблемы можно выделить несколько подпроблем, решение которых будет способствовать улучшению качества туристического предложения и выравнивания соотношения «цена-качество» предоставляемых услуг:

1. привлечение бизнес-инвестиций в строительство инфраструктуры в регионах;
2. устранение «сезонности» туризма;
3. повышение информированности туристов обо всех туристических возможностях.

Разработка нового национально проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», представленного 29 апреля 2021 г. Заместителем Председателя Правительства РФ Дмитрием Чернышенко на заседании Координационного центра Правительства России, подтверждает важность совершенствование отрасли по данным направлениям. Национальный проект состоит из трёх федеральных проектов, направленных на развитие туристической отрасли страны: «Развитие



туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма». «У нас есть сейчас впервые в отрасли появляется именно система инструментов, не один, не два, а несколько блоков взаимосвязанных мер господдержки, которые позволяют поправить ошибки, выстроить отрасль и сделать так, чтобы туризм стал такой важной несырьевой отраслью экономики, которая генерит огромные социальные экономические эффекты для нашей страны и напрямую влияет на качество жизни наших граждан» — *Догузова Зарина*, Руководитель, Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) [8].

Существует мнение, что путешествия по России довольно дорогое развлечение. Данное подтверждают результаты опроса граждан Российской Федерации о планах на летний отдых проводимый ВЦИОМ (рис. 2).



Рисунок 2 – Опрос ВЦИОМ:

Где Вы собираетесь отдыхать, проводить отпуск этим летом?
(закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных) [1]

Когда закрылись международные границы, то цены на отдых внутри страны действительно возросли и продолжают расти. Несмотря на запуск программы туристического кэшбека, субсидированные билеты и прочие меры поддержки туризма, отдых в России продолжает оставаться дорогим для многих граждан, желающих путешествовать, что подтверждают результаты опроса ВЦИОМ (табл. 1).

Таблица 1

Если этим летом Вы остаетесь дома и никуда не едете, то в первую очередь по какой причине?
(открытый вопрос, один ответ, в % от тех, кто будет отдыхать только дома, представлены ответы, набравшие от 2 %)

	2019	2020	2021
Нет денег/ падение доходов/ финансовые проблемы	53	36	40
Буду работать/нет отпуска	12	6	14
Состояние здоровья/болею/инвалид	8	6	7
Дома лучше/ дома нравится	7	2	3
Коронавирус/эпидемия/ самоизоляция/всё закрыто	–	25	2

Но несмотря, на высокие цены, согласно статистике, количество размещённых граждан в КСР, спрос на отдых в России продолжает расти и возникают новые проблемы. Одна из наиболее остро стоящих уже на протяжении нескольких лет – «соотношение цена-качество». Курорты Краснодарского Края за исключением Сочи и Адлера, а также Крымский полуостров, Байкал, Алтай, Камчатка и другие туристические направления испытывают серьёзный дефицит коллективных средств размещения высокого уровня качества сервиса, которые необходимы современному туристу. Строительство гостиничных комплексов высокого стандарта качества под международными и федеральными брендами крайне необходимо в данных регионах. Данное подтверждают результаты исследования «Планы на путешествия и туризм в 2021 г.» от онлайн-сообщества Ipsos: Отдых в России при Covid-19 – ниже уровень сервиса при более высоком уровне цен, нехватка развлечений и анимации для детей, сомнения в безопасности (для некоторых направлений) [8].

Качественный сервис должен поддерживаться не только в отелях и гостиницах класса «люкс», но и в местах размещения среднего уровня. Качественное разнообразное питание, доступность развлечений и проведения досуга, детская анимация, транспортная логистика, соответствие требованиям безопасности в отношении санитарно-эпидемиологического и экологического состояния туристических объектов, наличие сертификатов качества – необходимость для объектов инфраструктуры, рассчитанной на все категории людей.



Строительство инфраструктуры высокого качества и в дальнейшем её обслуживание стоит крупных капиталовложений. Развитие туризма в регионах и повышение качества обслуживания невозможно только с помощью государственной поддержки отрасли. Необходимо находить точки соприкосновения с бизнесом и консолидировать усилия. Только благодаря совместной работе и государственно-частному партнёрству получится вывести внутренний туризм на новый уровень и повысить качество предоставляемых услуг, что, безусловно, отразится в целом на социально-экономической политике государства.

За частую вопрос привлечения дополнительных инвестиций в развитие туризма в регионах остается не решённым из-за так называемой «сезонности». Инвесторам не выгодно вкладываться в проекты, проносящие непостоянный и с высоким сроком окупаемости доход. По словам руководителя Федерального Агентства по туризму, инструменты нового национального проекта направлены на снижение сезонности туристической инфраструктуры. «Мы будем стремиться к круглогодичности для того, чтобы победить сезонность и связанные с этой сезонностью низкие доходы инвесторов, что в свою очередь напрямую влияет на качество сервиса, уровень оплаты труда и престиж работы в туристической индустрии» [8]. Ещё одним инструментом борьбы с сезонностью можно назвать создание брендовых маршрутов. Не для кого не секрет, что брендированный продукт легче продвигается и лучше продается. Развитие брендовых маршрутов по всей стране будет способствовать росту туристического потока, снижению сезонности и созданию круглогодичному предложению национального масштаба. Создание комплексной модели развития национальных туристических маршрутов позволит создавать не только новые туристические продукты, но и проводить ребрендинг уже сложившихся направлений нацеленный на снижение сезонности туризма в регионах. Помимо этого, решение вопроса «сезонности» позволит разгрузить переполненные курорты, что создаст новые комфортные условия для отдыхающих. Также в 2021 г. был запущен проект льготного кредитования инвесторов на строительство новой туристической инфраструктуры.

Следует отметить, что ещё одной немаловажной причиной замедления темпов развития внутреннего туризма в России – отсутствие оцифрованной достоверной информации об актуальных данных относительно тех мест, которые доступны уже сейчас. «Тенденция цифровизации в туризме предполагает постепенную переориентацию всех участников рынка на сферу онлайн с соответствующей переориентацией финансовых потоков и созданием предпосылок для повышения прибыльности индустрии туризма» [8].

Контрастность – смена обстановки – все что нужно современному туристу в XXI веке, по данным исследования Ipsos [10]. Наша страна настолько уникальна, что каждый регион имеет свою контрастность и особенность. Однако большинство туристов ничего не знают об интереснейших, но не раскрученных местах, так как нет общего удобного сайта или интернет-пространства, на котором можно было бы найти любую нужную информацию.

В 2021 г. был запущен новый совместный проект с Tik-Tok, направленный на продвижение туристического потенциала регионов среди пользователей данной социальной сети, количество которых растёт в геометрической прогрессии. Также на данный момент осуществляется модернизация национально-туристического портала «Russia Travel», который создан под эгидой Ростуризма, но этого недостаточно. Современная упаковка туристического продукта: туристический бренд, наличие сайта, привлечение амбассадоров, качественная яркая презентация маршрутов и регионов, передающая информацию о конкурентоспособности тура и мотивации для туриста – важная составляющая продвижения.

В реалиях XXI века мессенджеры и социальные сети стали неотъемлемой частью жизни современного человека. «95 % туристов совершают свой путь на диджитал-платформах», – директор по стратегическим партнерствам, Google Россия [8]. Если на момент их создания, они служили лишь платформой для информирования и коммуникации, то сейчас это одни из основных «продающих» элементов маркетинга, дающих возможность прямого взаимодействия с потенциальными потребителями и изучения спроса и потребностей. Однако полный отказ от классических сайтов пока не представляется возможным. В связи с чем, следует утверждать, что социальные сети и классические Интернет-ресурсы должны работать во взаимосвязи [4].

Все мы наблюдаем как в настоящее время туристский рынок переживает глобальный перемены. Это и переход многих аспектов в онлайн, и изменения, связанные со сложной эпидемиологической и политической обстановкой в мире. Любые нововведения в туристической индустрии должны носить системный характер. Для этого комплексные мероприятия, реализуемые в рамках тех, или иных проектов должны оказывать положительное влияние не только на количественное, но и качественное развитие отрасли на территории всего региона и способствовать её устойчивому функционированию. Индустрия внутреннего туризма в России нуждается в новом импульсе развития, в поиске новых трендов для обоснования своих позиций в конкурентной борьбе и решения насущных проблем [5].



Говоря о перспективах развития внутреннего туризма в России в постковидную эпоху в условиях продолжающихся ограничений на международные путешествия, следует заключить, что сейчас лучшее время для совершенствования развития отрасли в государстве, наверстывания упущенных возможностей и как результат становление индустрии одним из основных драйверов экономического развития страны.

Список литературы

1. ВЦИОМ данные опроса россиян об их планах на летний отдых. [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/letnie-plany-2021> (дата обращения: 01.08.2022).
2. Дорофеева Л.В., Дамбаева С.В. Новые подходы к развитию туристической инфраструктуры // Дружковский вестник. – 2019. – № 2(28). – С. 177-184.
3. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 80. – С. 49-65. DOI: 10.24411/2070-1381-2019-10063.
4. Макастрова Н. Как развивать туризм в России. Диалоги с практиками. – Litres. – 2021. – 250 с.
5. Макринова Е.И., Лысенко В.В., Фалимендинов И.В. Приоритетные направления развития и поддержки внутреннего туризма в условиях ограничительных мер российской экономики // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 6(85). – С. 23-36.
6. Ростуризм подвёл итоги программы туристического кешбэка в 2020 году. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/news/17009/> (дата обращения: 01.08.2022).
7. Ростуризм раскрыл потери отрасли из-за пандемии и отсутствия туристов. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/society/19/10/2020/5f8de4329a7947c66bdf1521> (дата обращения: 01.08.2022).
8. Туризм и индустрия гостеприимства: новые инвестиционные и технологические возможности для отрасли. [Электронный ресурс]. – URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2021-turizm-i-industriya-gostepriimstva-novye-investitsionnye-i-tekhnologicheskie-vozmozhnosti-dlya-otras/discussion/> (дата обращения: 01.08.2022).
9. Туризм и экономический рост: региональный аспект / Е.А. Федорова, Л.И. Черникова, А.Э. Пастухова, Л.К. Ширяева // ЭКО. – 2020. – № 50(9). – С. 138-155. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2020-9-138-155.
10. Ipsos Stories: Куда ехать на море? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/ipsos-stories-kuda-ekhat-na-more> (дата обращения: 01.08.2022).

© Дорофеева Л.В., 2022

О ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ

Еремеева Д.В.
студент

*Липецкого филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы*

Научный руководитель:
Герсонская И.В.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансов,
Липецкого филиала Российской академии
народного хозяйства и государственной службы*

В статье рассматриваются особенности развития туризма и индустрии гостеприимства через основные проблемы, сдерживающие их развитие. Дается экспертная оценка по сложившейся ситуации на туристском рынке. В процессе написания выявлены особенности и проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства в РФ. Приводятся основные направления развития туристической индустрии. Обосновываются основные факторы, определяющие рост привлекательности туристского продукта, которые тесно связаны с тенденциями развития российской туристической отрасли в текущих условиях. Выявлены факторы для обеспечения безопасности туристов в путешествиях, а также сделаны выводы о большом туристическом потенциале в России.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, устойчивое развитие, государственное управление, проблемы и ограничения.

Сектор туризма считается одним из двигателей экономического роста как на региональном уровне, так и на национальном уровне. В настоящее время туризм и индустрия гостеприимства в России пребывает в состоянии длительного застоя, хотя до начала пандемии общие тенденции роста были существенно положительными. Несмотря на то, что Россия имеет значительный туристический потенциал, в масштабе мирового туристического рынка она все также занимает незначительное место. Вклад туризма в ВВП и общую занятость России составляет 3,5–4 % и 5,6 %. Согласно данным, представленным Дмитрием Чернышенко, в 2021 г. Россию посетили 5 миллионов иностранных туристов. В 2020 г. иностранных туристов было больше, около 6,4 миллиона. Такие показатели объясняются тем, что с большинством стран закрыты границы.



Развитие туризма и индустрии гостеприимства в России считается особенно важным направлением экономического роста. Сектор туризма нуждается в непрерывном обновлении методов и форм управления данной отрасли. Какую бы сферу в туристической деятельности мы бы не рассматривали, во всех как на уровне органов государственной власти, так и бизнеса происходит поиск новых форм работы, углубление и расширение предложений. По мнению А.В. Аверина и К.К. Позднякова «решение вопросов, связанных с развитием туризма в России, адаптация отрасли к меняющимся внешним и внутренним условиям, совершенствование механизма государственного регулирования способствуют формированию тенденций развития туризма в стране на долгосрочную перспективу» [1, с. 420].

Для устойчивого развития туристической отрасли «...важен комплексный подход к государственному управлению туризмом и индустрией с учётом актуальных проблем, как сейчас – преодоление стагнации в отрасли» [4, с. 92]. Во многих странах с развивающейся экономикой государственная политика является решающей в продвижении устойчивого развития туризма, собственно, как и в России. За туристическую политику в нашей стране отвечает Минэкономразвития, в котором создан департамент туризма. Основная задача Минэкономразвития и департамента по туризму в настоящее время заключается в комплексном развитии внутреннего и въездного туризма. Цель их работы состоит в «...создании необходимых условий для развития и продвижения высококачественных туристических продуктов, конкурентоспособных как на внутреннем, так и на мировом рынках, ...усиление социальной роли туризма, повышение доступности туристско-рекреационных услуг» [1, с. 421].

В Российской Федерации действует Стратегия развития туризма на период до 2035 г., в которой «...поставлена цель создать условия для эффективного развития туризма и добиться 70%-ного увеличения вклада отрасли в национальный ВВП к 2025 г. Поставленная цель может быть достигнута за счёт увеличения темпов оказания услуг внутреннего и въездного туризма, вдвое превышающих темпы роста российской экономики» [5]. Для достижения этой цели выделены приоритетные виды туризма, а именно, отдых для детей и молодежи, круизный, культурный, экологический и горнолыжный, развитие которых приведёт к росту деловой активности в туристической индустрии. Именно, «...их развитие нуждаются в специальных мерах государственной поддержки, а также в снятии социально-экономически и административных ограничений на развитие...» [2, с. 79].



Рисунок 1 – Динамика туристических поездок за 2015–2021 гг.

На рисунке 1 видно, что за последние годы число въездных поездок по иностранным туристам в Россию сократилось более чем в 4,5 раза. На снижение объёма туристического потока существенно повлияла пандемия, в связи с которой практически были приостановлены все туристические поездки. Именно ограничения и объясняют отставание России в туристическом секторе.

Также существует ряд ограничений, которые существенно сдерживают рост конкурентоспособности туризма и раскрытие потенциала отечественного туристского продукта. Безусловно, в настоящее время, в сфере туризма присутствуют проблемы: недофинансирования инфраструктуры, недостаток туристических объектов и квалифицированных кадров работников, отсутствия необходимого уровня профессиональных компетенций, наличия устаревших методов оказания туристических услуг, снижения уровня клиентского спроса. Эти ограничения существуют по сей день из-за предыдущих периодов планового развития. Поэтому разработанная для нашей страны стратегия должна решить данную проблему, поскольку она «направлена на ускоренное развитие туризма и сферы гостеприимства благодаря созданию и развитию туристских территорий специальных преференциальных режимов, реализации комплексных проектов, созданию туристской и обеспечивающей инфраструктуры, формированию и продвижению качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, увеличению доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для российских граждан» [5].

Также необходимо повышать безопасность в сфере туризма. В целях обеспечения безопасности путешествий, туристы заблаговременно до начала путешествия должны быть уведомлены об особенностях места отдыха, а также о правилах оказания услуг по реализации туристического продукта. Информация, предоставленная туристам, даёт гарантии в обеспечении безопасности их жизни, здоровья и имущества. В современных условиях в России существуют органы государственного управления, обеспечивающие безопасность туристических путешествий, а также различные хозяйствующие субъекты – туристические операторы, страховые компании, авиаперевозчики и иные организации. Личная безопасность туристов зависит непосредственно от соблюдения ими правил:

- бережное отношение и сохранение природной среды, памятников культуры и истории государства, в котором они путешествуют;
- соблюдение законодательства страны, уважение местных традиций, национальных традиций и социального устройства общества;
- прохождение профилактических мероприятий, указанных в локальных требованиях места путешествия и отдыха на определенной территории;
- строгое соблюдение дополнительных мер безопасности на маршрутах повышенной опасности и риска возникновения травматизма.
- К рискам в туристических путешествиях можно отнести травматическую, пожароопасность, опасности, связанные с биологической, экологической, криминальной и радиоактивной сферой, а также специфические риски.

Более подробно хотелось осветить и существующие острые проблемы в туристической индустрии, которые препятствуют её развитию. Во-первых, недоразвитость инструментов для помощи инвесторам, и в первую очередь, государственной. В связи с тем, что «программа льготного кредитования работает не так, как ожидалось и инвестиции возвращаются уже около 10 лет и это неэффективно» [3, с. 24]. Однако с каждым годом правительство России делает всё возможное для улучшения туристической инфраструктуры, а также предоставляет поддержку регионам для их развития в данной сфере. Во-вторых, невысокая доходность туристического бизнеса. Согласно экспертным оценкам, рентабельность составляет всего 1–5 %. При этом в туристической индустрии произошло сильное увеличение издержек, которые добавляются к продукту и как следствие получилась низкая конкурентоспособность. В результате имеем, то, что, например, такие направления, как Сочи и Крым стали уступать конкурентам – Египту, Турции.

Однако для того, чтобы сделать страну привлекательной для российских и иностранных туристов, «...предстоит многое сделать, включая дальнейшее развитие туристической инфраструктуры, более широкое использование цифровых технологий в туризме, решение нехватки квалифицированных кадров и развитие национального проекта по продвижению российского туризма и индустрии гостеприимства...» [6, с. 119]. При этом существует целый ряд объективных и субъективных проблем, сдерживающих устойчивый рост туристической индустрии в России. Данные проблемы необходимо решать безотлагательно на государственном уровне, поскольку развитие в секторе туризма зависит в основном от эффективности государственного управления, происходящего при разработке проектов и планов в области развития туризма. Однако несмотря на очевидные проблемы в туристической индустрии России, богатое историческое и культурное наследие нашей страны является перспективным объектом для развития сферы отечественного туризма. Для этого необходимо дальнейшее совершенствование системы внутреннего туризма, повышения качества оказания туристических услуг и безопасности, развития туристической инфраструктуры, а также разработки новых маршрутов для путешествий.

Список литературы

1. Аверин А.В., Поздняков К.К., Свагидиев Б. О проблемах развития туризма и индустрии гостеприимства в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – С. 419-426.
2. Герсонская И.В. Государственный сектор национальной экономики: теория и методология: монография. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2021. – 164 с.
3. Каталева К.В. Международный туризм в Российской Федерации: состояние, проблемы, направления развития, внешнеполитические аспекты // Актуальные исследования. – 2019. – № 3(3). – С. 21-28.
4. Корженков Р.М. Проблемы туроператорской и турагентской деятельности в Российской Федерации в современных условиях // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2020. – № 3(34). – С. 88-93.
5. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (в ред. от 07.02.2022г.) // [Электронный ресурс]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/?ysclid=17y4i9w32907256663.
6. Тамов А.А., Подколзина И.М., Тамова М.К. Индустрия туризма России: проблемы и тенденции развития // Вестник АГУ. Серия: Экономика. – 2020. – № 2(260). – С. 115-124.

© Еремеева Д.В., 2022



МЕХАНИЗМ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В ИНТЕГРАЦИИ ПРОЕКТОВ

Ерешко Феликс Иванович
доктор технических наук, профессор,
заведующий отделом ФИЦ ИУ РАН

Общество с ограниченной ответственностью Агентство Научных Туриров (АНТ) было образовано в 2002 г. совместным постановлением Президиума Российской Академии наук (РАН) и Российской Международной Академии туризма (РМАТ). Российская академия наук, обладающая уникальными научно-исследовательскими институтами, экспедициями и всемирно известными заповедными зонами, приняла решение предоставить возможность их посещения и участия в их работе в рамках «научного туризма» широкому кругу людей из различных стран, а также нашим соотечественникам.

Этапы трансформации туристической индустрии

Во время создания АНТ уже сформировался мировой тренд постепенного отхода от схемы Т. Кука для модели анклавного туризма. Идея отхода от курортного туризма находила всё большее развитие, вследствие развития среднего класса и усиливающегося его тяготения к познанию, использованию всё более продвинутых технологий, особенно информационно-коммуникационных. Достаточно привести пример развития экологического туризма и движение энтузиастов орнитологов Birdwatching.

История развития научного туризма в рамках Русского Географического общества имеет полное изложение в публикациях Председателя Комиссии по научному туризму РГО Голубева С.В. (<https://www.knt.org.ru/>.)

Сообщество, созданное академическими учёными, Russian Travel Geek – это симбиоз науки и путешествий, <https://russiantravelgeek.com>. Учёные, сотрудники заповедников и популяризаторы науки возглавляют экспедиции, а туристы, присоединяющиеся к экспедиционным группам, финансируют их.

Современные тренды научного туризма получили существенную государственную поддержку 25 апреля 2022 г.

Конкретные проекты АНТ

В разработанных проектах непременно присутствовала исследовательская компонента, обеспечиваемая соответствующим Институтом РАН. В каждом проекте предусматривалось активное научно-исследо-

вательское участие посетителя, как равноправного научного работника. Подробный перечень проектов см. на сайте Агентства научных туров www.antran.ru (или на его отражении сайте www.ntran.ru).

В качестве примера наиболее эффективного проекта АНТ прежде всего можно привести трёхлетнюю экспедицию по установлению реальных координат расположения места гибели корабля «Челюскин», в которой активное участие приняли Институты Дальневосточного отделения РАН, региональные власти Чукотки и иностранные участники.

С тех времён прошло достаточно много времени, но основные черты будущего были в этих проектах верно очерчены и развиты, от сочетания различных экономических укладов до реального использования информационно-коммуникационных технологий и виртуального туризма, что сейчас составляет содержание многих инициатив цифровой экономики.

Организационные механизмы

При проектировании турпродуктов принципиальное место занимают вопросы экономической эффективности, и прежде всего вопросы ценообразования. В исследованиях АНТ были рассмотрены механизмы диверсификации, государственно-частного партнёрства, инвестиционного проектирования. Здесь приведём пример использования механизма диверсификации. Разработка схемы диверсификации представляет собой сложную задачу синтеза хозяйственного механизма. Хозяйствующий субъект, как оперирующая сторона, в общем случае должен выбрать: состав субъектов оперирующей системы, набор управлений субъектов, структуру информационных потоков в управляемой системе, значения управлений.

Все элементы системного подхода к реализации реального проекта нашли своё воплощение в проекте «Поддержка общественного движения за сохранение биоразнообразия в бассейне р. Битюг» Агентства научных туров РАН. Проект Усадьбы, как формы туристско-рекреационного, образовательного, исследовательского комплекса для района, предполагает естественную необходимость диверсификации экономического уклада хозяйства. В качестве базового элемента хозяйства естественно было принять эффективное фермерское хозяйство, к которому присоединяется турпроект.

В настоящем проекте выделяется три взаимосвязанных блока: «Агродеятельность», «Туристско-рекреационные услуги», «Строительство туристско-рекреационного комплекса». Будучи реализована на реальной информации, система моделей позволила проводить различные вычислительные эксперименты при разных сценариях управлений и неконтролируемых факторов и получать количественные и качественные оценки принимаемых решений в диверсифицированной системе производства продукции и услуг. Все материалы содержатся на сайте по адресу: http://www.antran.ru/Russian/Projects_rus/proj_Bobrov.htm



Описанные теоретические установки планирования, проектирования и управления в сфере туриндустрии и примеры их практической реализации на микроуровне естественно распространяются на макроуровень национальных проектов. В рамках Плана Правительства рационально создать при Президиуме РАН Комиссию по научному туризму, продолжая инициативу академика Решётникова Ф.А., равняясь на достижения академика Деревянко А.П. (первооткрыватель денисовского человека и организатор научно-образовательного комплекса «Денисова пещера»), используя опыт Русского географического общества и Агентства научных туров РАН, опираясь на современное развитие волонтерских проектов молодыми исследователями РАН, учитывая современное состояние в развитии цифровой экономики.

Список литературы

1. Ерешко Ф.И. Принятие решений о диверсификации систем. Труды Института системного анализа РАН «Динамика неоднородных систем», М.: ЛЕНАНД, 2010. – Т. 53(4). – С. 107-114.

УДК 338.48

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ»

Загитов Н.М.
студент,

Башкирский государственный аграрный университет

Яунбаева Н.С.
старший преподаватель,

Башкирский государственный аграрный университет

В данной статье рассматривается влияние регулярной туристической практики на физическое и психическое здоровье студентов.

Ключевые слова: туризм, психика, состояние, здоровье.

Туризм является отличным пассивным методом сохранения физического здоровья. Туризм – идеальное совмещение отдыха, необходимого для сохранения ментального здоровья, и физической нагрузки, необходимой для сохранения физического здоровья.

Туризм сочетает в себе посильные физические нагрузки, отдых во время путешествиях.

В ходе пешей прогулки, во время преодоления туристического маршрута, укрепляются мышцы, кости и суставы. Из-за такого благоприятного воздействия туристических прогулок снижается риск переломов.

Одновременно с этим улучшается работа сердечной мышцы, что снижает риск возникновения сердечных заболеваний и патологий.

Не стоит забывать и про положительное воздействие на дыхательную систему. Небольшие физические нагрузки оказывают полезное воздействие на развитие лёгких. А именно их объём определяет качество работы всей дыхательной системы.

В ходе работы организма в процессе пешей прогулки, улучшается и работа кровеносной системы. Кислород из лёгких попадает в кровь, что благоприятно влияет на весь организм, а именно: мышцы и сердце.

Важным элементом в туризме является и положительное воздействие на систему иммунитета. Свежий, не загрязнённый машинами и фабриками, воздух благоприятно влияет на весь организм человека.

В ходе нашей работы мы провели эксперимент. Участниками эксперимента добровольно стали студенты различных университетов.

Основным условием эксперимента было сокращение поездок на общественном и частном транспорте испытуемыми. Альтернативой транспорту была пешая прогулка.

Поскольку большинство испытуемых во время учёбы живут в общежитиях, то расстояние в 1–3 остановки им предложено преодолевать пешком.

Изменения в состоянии здоровья фиксировались первую неделю, вторую недели и месяц.

В эксперименте принимало участие 67 человек возрастом от 17 до 21 лет.

Студенты из разных городов проходили онлайн-опросы через Google-форму.

Результаты первой недели

74 % опрошенных наблюдали боли в икроножных мышцах, а также учащенное сердцебиение и отдышку при пешей прогулке;

26 % опрошенных сообщили, что не наблюдают значительных изменений в физическом состоянии;

54 % опрошенных сообщили о положительном воздействии пешей прогулки до университета и обратно на свое ментальное здоровье;

31 % опрошенных заявили о снижении у себя уровня стресса и агрессии;

15 % опрошенных заявили об отсутствии изменения в своем ментальном здоровье.

Результаты первой недели эксперимента

Физическое состояние – у большинства испытуемых наблюдались боли в мышцах, отдышка и учащенное сердцебиение.

Ментальное состояние – большая часть опрошенных заявили о улучшении своего ментального состояния.



Вторая неделя

37 % опрошенных сообщили о боли в мышцах, отдышке и учащенное сердцебиение.

28 % испытуемых заявили, что их физическое состояние, в сравнении с состоянием две недели назад, значительно улучшилось. Пропала боль в мышцах, а учащенное сердцебиение и отдышка не так сильно стали беспокоить их.

31 % опрошенных заявили, что через две недели проведения эксперимента они заметили положительную динамику в своем организме, а именно: в работе сердечной мышцы и дыхательной системе.

4 % опрошенных заявили, что их физическое состояние не изменилось.

Что же касается ментального состояния.

45 % опрошенных сообщили, о улучшении своего психо-эмоционального состояния в сравнении с прошлой недели.

31 % опрошенных заявили, что их состояние не изменилось, однако внешние раздражители на них влияли значительно меньше.

19 % сообщили, что две недели эксперимента позволили им морально подготовиться к предстоящим занятиям, что снизило их уровень стресса на учебе.

И 5 % опрошенных сообщили о ухудшении своего состояния.

Спустя месяц проведения эксперимента

87 % опрошенных сообщили об улучшении своего физического состояния в сравнении с началом проведения эксперимента.

11 % сообщили о незначительных или же «не стоящих внимания» изменениях в своем физическом состоянии.

2 % заявили о негативных эффектах проведённого эксперимента.

Психо-эмоциональное состояние испытуемых также изменилось в своем большинстве а лучшую сторону.

74 % опрошенных сообщили, что к завершению эксперимента их ментальное здоровье претерпело положительные изменения:

Большая часть эмоциональных проблем потеряла свою значимость.

Испытуемые также заявили, что стали менее подвержены Внешним раздражителям, встречающимся каждодневно.

14 % сообщили, что их эмоциональное состояние изменилось незначительно.

10 % опрошенных сообщили, что их состояние не изменилось, в сравнении с началом эксперимента.

2 % сообщили об ухудшении эмоционального состояния.

Результат эксперимента в целом можно считать положительным.

Сравнивая городские условия с походными, стоит отметить, что при походных условиях физическое и психоэмоциональное состояние

испытываемых притерпело бы более радикальные положительные изменения из-за более благоприятных условий.

В заключении стоит отметить, что туризм благоприятно влияет как на здоровье физическое, так и на эмоциональное.

Положительное влияние на физическое здоровье также окажет и положительное влияние на срок жизни и на здоровье в целом.

Список литературы

1. Абакин В.С. Влияние регулярных нагрузок на тело человека. – М.: Наука, 2017. – 173 с.
2. Абакин Н.В. Воздействие внешних факторов на здоровье и срок жизни. – М.: Наука, 2016. – 287 с.
3. Абриков Г.Л. Туризм и здоровье. — М.: Высшая школа, 2018. – 216 с.
4. Яунбаева Н.С. Личностные развитие и самореализация студентов под влиянием занятия физической культуры и спорта. – М.: Наука, 2012. – 353 с.
5. Яунбаева Н.С. Факторы профессионального становления специалиста. — М.: Наука, 2018. – 360 с.

© Загитов Н.М., Яунбаева Н.С., 2022

УДК 338.984

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИОРИТЕТНОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ»

Закиров Е.Э.

преподаватель,

*Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан*

В статье автором рассмотрены вопросы реализации приоритетного национального проекта «Здравоохранение», механизмы реализации, изменения, внесенные в основные документы, способствующие улучшению ситуации здравоохранения на региональном и федеральном уровнях.

Ключевые слова: национальный проект, паспорт, медицинская помощь, модернизация, качество жизни, финансирование, федеральный проект.

Национальный проект «Здравоохранение» рассчитан на период 2019–2024 гг. и включает ряд взаимосвязанных федеральных проектов, направленных на выполнение Указа Президента [3]. По плану Правительства, национальные проекты здравоохранения 2019–2024 гг. были направлены на масштабную модернизацию отрасли, на устранение её главных болевых точек. Согласно распоряжению Президента Российской Федерации В.В. Путина, в 2020 г. многие разделы проекта были пересмотрены. Так, в паспорт национального проекта «Здравоохранение»



включили актуальные на сегодняшний день цели: развитие первичного медицинского звена, а также модернизация инфекционных служб. Медицинская помощь, которую пациенты получают в первичном звене, должна быть доступной, комфортной и качественной.

Кроме того, реализация национального проекта «Здравоохранение» направлена на улучшение качества жизни граждан РФ и увеличение её продолжительности, устранение кадрового голода в отрасли. Как приоритетные национальные проекты в сфере здравоохранения также выделены ранняя диагностика онкологии, снижение младенческой смертности, расширение исследований в рамках диспансеризации и профосмотров.

Ситуация с пандемией значительно повлияла на финансирование нацпроекта «Здравоохранение». Так, на 2022–2024 гг. усилили финансовую поддержку федеральных проектов «Борьба с онкологическими заболеваниями», «Развитие детского здравоохранения». Также были пересмотрены и финансовые параметры проекта «Единый цифровой контур в здравоохранении». Таким образом, главные приоритетные национальные проекты развития здравоохранения и фармации не изменились и были расширены. Пересмотрев финансирование, сроки реализации нацпроекта продлили до 2030 г.

Большую роль в борьбе с онкологическими заболеваниями имеет масштабный ранний скрининг и своевременное лечение болезни. Для того, чтобы снизить смертность заболевших, а также простимулировать раннюю диагностику онкопатологий на профосмотрах и диспансеризациях, в них включили онкоскрининг.

Национальный проект в сфере здравоохранения направлен на снижение младенческой смертности до конкретного показателя – не более 4,5 на 1 000 родившихся живыми. Для этого планируют совершенствовать высокотехнологичную медпомощь, специализированные медуслуги, проводить профилактические мероприятия, повышать качество и доступность медпомощи на всех её этапах.

Среди мероприятий для снижения младенческой смертности планируют: развивать базу (материальную, техническую, кадровую) детских поликлиник и больниц; развивать материально-техническую базу республиканских, окружных, областных и краевых детских больниц; наладить систему ранней диагностики органов репродуктивной сферы у подростков 15–17 лет во время медицинских осмотров; повышать уровень подготовки медработников на базе симуляционных центров по направлениям неонатологии в педиатрии, перинатологии.

Одна из самых частых причин смертности в РФ – это заболевания сердечно-сосудистой системы. Национальные проекты здравоохранения

направлены на решение следующих задач: планируется снизить показатель больничной смертности от острого нарушения мозгового кровообращения – до 14 %; планируется снизить больничную смертность от острого коронарного синдрома – до 8 %; также в программу заложены меры, которые помогут повысить до 60 % долю рентген-эндоваскулярных вмешательств в лечебных целях пациентам с ОКС (по отношению к общему числу выбывших из стационара больных с этим диагнозом). Достигать задачи программы планируют на федеральном и региональном уровне. Так, регионы разработали свои программы по борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями. Большая роль отведена и самим медработникам – они должны активно заниматься профилактикой, разъясняя своим пациентам опасность сердечно-сосудистых заболеваний, осложнения, а также почему их важно рано выявлять. Особенно важно проводить такую работу с пациентами, входящими в группу риска. При оказании помощи больным, национальный проект в сфере здравоохранения предписывает ориентироваться на актуальные клинические рекомендации и утвержденные стандарты оказания медпомощи. Для реализации положений программы Правительство выделяет значительные средства, которые регионы должны направить на переоснащение региональных сосудистых центров.

Национальный проект здравоохранение отдельно выделяет программу устранения кадрового голода в медицине [2]. Для решения проблемы акцент сделали на программах непрерывного совершенства системы медицинского образования и развитии системы аккредитации, которая уже является рабочим инструментом повышения квалификации медиков. На основе ЕГИСЗ (Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения) в медицине уже реализованы первые механизмы цифрового взаимодействия медорганизаций, это направление планируют активно развивать и дальше. Так, перед регионами стояла задача к 2022 г. внедрить на своих территориях государственные информационные системы в медицинской сфере и подключить в них все учреждения здравоохранения субъекта РФ. Ранее Минздрав довел до регионов требования к тому, какими должны быть эти системы. Также расширили перечень введений, который медучреждения должны передавать в единую систему. К примеру, с 1 марта 2022 г. медики должны грузить сведения о выданных свидетельствах о рождении и смерти в систему в течение 1 рабочего дня.

Значительные достижения в области медицины означают, что использование медицинских технологий чрезвычайно важно и необходимо в настоящее время [1]. Очень важным является предоставление лучшего, более эффективного лечения пациентам, улучшение ухода за пациентами и их благополучия, а также разработка превосходных методов лечения, которые в конечном итоге могут спасти жизни людей и сохранить их здоровье.



Список литературы

1. Зайнашева З.Г. Пути совершенствования инструментария государственного регулирования сферы здравоохранения Республики Башкортостан // Вестник ГНТУ. Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2021. – Т. 17. – № 1(23). – С. 31-39.
2. Закиров Е.Э. Кадровый дефицит системе в здравоохранении Республики Башкортостан // Современные тенденции развития менеджмента и государственного управления: материалы всероссийской очной научно-практической конференции, Орёл, 03 декабря 2021 г. – Орёл: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС. – 2021. – С. 137-141.
3. Сабирова З.Э., Скрыбина Я.А. Национальный проект «здоровое население»: региональный аспект // Интеграция и дифференциация науки и практики в контексте приоритетных парадигм развития цивилизации: мат-лы Национальной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 23-24 октября 2020 г. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2020. – С. 227-229.

© Закиров Е.Э., 2022

УДК 796

ТУРИЗМ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РФ

Зотин В.В.*старший преподаватель,**Сибирский государственный университет
науки и технологий им. М.Ф. Решетнева***Путинцев А.В.***студент,**Сибирский государственный университет
науки и технологий им. М.Ф. Решетнева*

В статье определено, что туризм – это одна из важнейших отраслей, которую необходимо развивать в стране. Также, в статье затронута тема проведения Национальных проектов, которые позволят вывести туризм в стране на совершенно новый уровень, который будет являться конкурентоспособным на мировой арене и популярным среди любого вида туристов.

Ключевые слова: анализ, туризм, отрасль, туризм, национальный проект, туристы.

Хоть многие из нас и были «туристами» в какой-то момент нашей жизни, определить, что такое туризм на самом деле, может быть сложно. Туризм – это деятельность людей, путешествующих и пребывающих в местах за пределами их обычной среды для отдыха, бизнеса или других целей не более одного года подряд.

Туризм является динамичной и конкурентоспособной отраслью, которая требует способности постоянно адаптироваться к меняющимся потребностям и желаниям клиентов, поскольку удовлетворённость, безопасность и удовольствие клиентов находятся в центре внимания

туристических предприятий. Туризм включает в себя два основных вида: въездной и выездной туризм.

Выездной туризм – это то, с чем вы, возможно, больше всего знакомы. Он включает в себя людей, отправляющихся из Российской Федерации в другие страны. Например, поездка в Турцию на отдых считается выездным туризмом. Туристы, приезжающие в Российскую Федерацию из других мест, называются прибывающими туристами. Россия конкурирует на мировом рынке за привлечение туристов из Казахстана, Белоруссии и многих других стран (преимущественно СНГ). Отрасль также реализует маркетинговые кампании, направленные на привлечение путешественников из других частей Европы и Азии.

В связи с санкциями, направленными против Российской Федерации, больше половины туристов в 2022 г. начали путешествовать по стране. По мнению нескольких аналитических компаний, туристами являются те, кто, путешествует за пределами своей обычной среды (обычно более чем в 80 км от дома) для бизнеса или для удовольствия.

Существуют различные способы измерения размера индустрии туризма, поскольку туризм не соответствует обычным способам определения отраслей, таких как производство, лесное хозяйство и другие отрасли. Туризм представляет собой широкий спектр секторов, которые предоставляют разнообразные продукты и услуги для посетителей. Тем не менее, эти предприятия также предоставляют продукты и услуги местным жителям.

На современном этапе развития занятость в индустрии туризма и сопряжённых отраслях экономики в России составляет примерно 4,5 млн рабочих мест, из которых более миллиона человек занято в характерных видах туристической деятельности, таких как транспорт, туристические услуги, отдых и развлечения, проживание и услуги питания и напитков. Отрасль составляет примерно 4 % от общей численности ВВП в Российской Федерации.

Развитие национального проекта в сфере Туризма к 2030 г. предполагает увеличение количества внутренних поездок с 65 млн до 140 млн. Что касается въездного туризма, то исчисление производится в денежном эквиваленте, так, предполагается увеличить приток денежных средств от иностранных туристов с 11 млрд долларов в 2019 г. до 22,5 млрд в 2030 г.

Основная задача, которая будет формировать воздействие на отрасль, это создание туристических мастер-планов именно единых территорий, а не отдельных кластеров. Рассмотрение страны с точки зрения туризма как на единое целое. Мысль заключается в том, чтобы сделать так, чтобы путешественнику было не важно, где начинаются



и где кончаются границы субъектов, потому подход учитывает экстерриториальность и межрегиональность. РосТуризм намеревается организовать туристический мастер-план всей России. Впервые в нынешней истории спланировать туристическое пространственное развитие всей страны. На основании подобного мастер-плана верхнего уровня начнётся разработка пространственного планирования туристических макротерриторий. На данный момент РосТуризм выделяет 12 таких макротерриторий, которые должны стать туристическим каркасом Российской Федерации, потому что это те направления, куда желают приезжать граждане и иностранные гости. В 2021 г. стартовала разработка трёх мастер-планов макротерриторий — это Крым, включая Севастополь, Дальний Восток и Золотое Кольцо. Туриста должно окружать полное прогрессивное целостное пространство, где он получит массу впечатлений и захочет вернуться вновь. Позже Ростуризм займётся мастер-планами юга России, Кавказа, Балтики, Большой Волги, маршрута из Москвы в Санкт-Петербург, русского Севера и Арктики, Камчатки, Большого Урала, Байкала, Большого Алтая.

Список литературы

1. Зорина Г.И., Ильина Е.И., Мошняга Е.В. и др. Основы туристской деятельности на Западе. – М.: Международный спорт, 2002. – 478 с.
2. Федерация спортивного туризма России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.tssr.ru/> (дата обращения: 19.05.2022).
3. Зотин В.В. Антоненко М.Н., Мансурова Н.И. О необходимости проведения практических занятий по природоведению, краеведению и физической культуре в пригородной зелёной зоне города: мат-лы VII Международной Интернет-конференции «Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма», Орёл: 2018. – С. 355-358.

© Зотин В.В., Путинцев А.В.

УДК 338.48

ВНУТРЕННИЙ И ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ НООСФЕРНОГО ТУРИЗМА (ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Иванова Т.Н.

доктор социологических наук, доцент,
профессор, заведующий кафедрой «Социология»,
Тольяттинский государственный университет

Широбоков С.Н.

кандидат педагогических наук, доцент,
директор Гуманитарно-педагогического института,
Тольяттинский государственный университет

Гуляев Н.Ю.
магистрант,

Тольяттинский государственный университет

Одной из важнейших задач государственной политики в сфере ноосферного туризма является развитие внутреннего и въездного туризма. Авторы рассматривают новые условия пандемии и кризиса, подчеркивая уменьшение активного совокупного объёма путешествий граждан за границу. Одна из самых ключевых задач – это формирование и создание внутреннего ноосферного туризма, который связан с вопросами удовлетворения потребностей туристов в оздоровлении и путешествиях.

Ключевые слова: внутренний и въездной туризм, развитие ноосферного туризма, социологическое исследование, отдых и оздоровление, туристско-рекреационный ресурс, территория, страна.

Глобальные масштабные программы на национальном уровне дают высокие результаты для развития отрасли экологического и ноосферного туризма и для экономики Российской Федерации.

В настоящее время в регионах наблюдается яркий интерес к вопросу развития туристической сферы. В настоящее время главное в развитии экологического туризма – это реализация и принятие федеральных и региональных целевых программ.

Сегодня для достижения успеха в данном направлении требуется расширять новые возможности и находить различные новые методы и средства.

Правительство Российской Федерации утвердило федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)». Реализация программы позволила повысить конкурентоспособность отечественного туристского рынка, создать условия для развития туристской инфраструктуры, привлечь инвестиции в отрасль. Мероприятия Программы были направлены также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров [1].

В соответствии с Федеральным законом от 8 декабря 2019 г. «О федеральном бюджете на 2021 г. и на плановый период 2022 и 2023 гг.», запланировано следующее: [2]

– субсидии на софинансирование строительства (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости, входящих в состав инвестиционных проектов по созданию в субъектах Российской Федерации туристских кластеров;

– субсидии на грантовую поддержку общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма и др.



Основные задачи программ развития российского туризма состоят в следующем:

- создание современного отечественного туристического рынка на основе развития конкуренции, углубления специализации и кооперации в работе туристических организаций;
- формирование современной нормативно-правовой базы развития туризма и системы государственного регулирования туристической деятельности, в том числе системы мер, обеспечивающих безопасность в сфере туризма;
- создание условий для приоритетного развития внутреннего и въездного туризма;
- обеспечение развития социального туризма в Российской Федерации;
- упорядочение отношений собственности в сфере туризма с учётом особенностей характера туристической деятельности;
- стимулирование развития отечественного предпринимательства в сфере туризма, поддержка малого предпринимательства в этой области;
- создание условий для возрождения и развития традиционных центров туризма, освоения новых туристических районов с обширным природным и историко-культурным потенциалом;
- интеграция России в систему мирового туристического рынка и развитие международного сотрудничества в области туризма;
- реализация в России принятой ООН концепции устойчивого развития туризма как экологически безопасной формы использования природных и культурных ресурсов;
- содействие в разработке и внедрении на отечественном туристическом рынке прогрессивных технологий туристического обслуживания;
- стимулирование развития материальной базы туризма (средств размещения и инфраструктуры) путем привлечения внебюджетных источников, в том числе иностранных инвестиций, для реконструкции и нового строительства туристических объектов;
- совершенствование системы информационного обеспечения туристической индустрии, проведение активной рекламной деятельности;
- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристических кадров;
- развитие отраслевой туристической науки, осуществление комплекса базовых научных исследований в сфере туризма на федеральном и региональном уровнях.

Согласно результатам социологического исследования кафедры «Социология» Тольяттинского государственного университета, у многих респондентов в планах путешествовать по местам нашей родины. Одна из экспертов отмечает: «Нашим клиентам интересно посещать именно, исторические места России, изучать культуру, обычаи, географию территории страны, так как наша страна разнообразна и огромна!». Основные причины, по которым не выбирают Россию как курортное пространство являются высокие цены авиакомпаний, а также нелогическая транспортная развязка (автобус или машины). Также огромную роль играет сервис, вопросы низкого уровня инфраструктуры, персонал, который необходимо обучать и многое другое.

Наибольшую популярность приобретают туристические поездки, которые совмещают в себе как активную и содержательную культурную и познавательную программы и пляжный отдых. Турист, не зависимо от возраста и пола, довольно активен, но его интересуют также активные поездки в исторические места.

Турагентства часто ориентируют туриста на заграничные путешествия. А эксперты отмечают, то, что туристы часто сами интересуются такими маршрутами, как Алтай, Дагестан и Сочи, но туроператоры убеждают клиентов отдыхать в зарубежных странах.

Таким образом, вопросы связанные с внутренним и въездным туризмом являются основой развития для ноосферного туризма, это также подтверждают пролонгированные социологические исследования.

Эксперты подчеркивают, что туристический продукт в настоящее время мобильно находит своего клиента и, при грамотном организационном процессе и активной заинтересованности регионов, Россия в будущем обязательно будет конкурентоспособной в инновационном туристическом пространстве.

Список литературы

1. Постановление от 2 августа 2011 г. N 644 О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 г.)». – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody> (дата обращения: 02.02.2022).
2. Программа доступных путешествий (туристический кэшбэк). – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/programma-dostupnykh-puteshestviy-turisticheskii-keshbek> (дата обращения: 01.02.2022).
3. Юрик Р.А. Анализ состояния российского рынка туристских услуг. Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 2(46). – С. 35-46.
4. Как пандемия изменила туризм и что нас ждёт в 2021 году. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/5fdca8079a794710499353c8> (дата обращения: 19.05.2022).

© Иванова Т.Н., Ширококов С.Н., Гуляев Н.Ю., 2022



УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Камаева А.А.

студент Уфимского государственного
нефтяного технического университета

В статье раскрывается влияние текущего экономического кризиса на развитие отрасли туризма России, перспективы развития внутреннего туризма, меры по поддержке государством развития туристической отрасли посредством реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Ключевые слова: геополитический кризис, санкции, туризм, внутренний туризм, малое и среднее предпринимательство.

Сфера отечественного туризма сталкивается с определённым кругом проблем, которые отрицательно влияют на её дальнейшее развитие. Среди них выделяют: быстрое развитие туризма в зарубежных странах, что негативно влияет на динамику въездного туристического потока; большой процент граждан, имеющих низкие доходы, что отрицательно сказывается на спросе на туристические поездки внутри страны; увеличение налогов на предприятия туристической отрасли, что приводит к снижению качества предоставляемых услуг.

Нестабильная политико-экономическая ситуация в России, сложившаяся в результате проведения специальной военной операции на Украине усилила кризис туристического сектора в 1 квартале 2022 г.

Введённые санкции затронули многие отрасли экономики России, оказав значительное влияние на их развитие и функционирование. В результате санкций многие инновационные проекты, разрабатываемые бизнесом и госструктурами, прекратят дальнейшую реализацию, в связи с отсутствием инвестиций и нехватку оборудования.

Санкции оказали значительное влияние и на развитие въездной и выездной отрасли туризма. В связи с закрытием воздушного пространства стран Европы в марте 2022 г. уменьшился поток граждан, выезжающих за границу. Последствия санкций повлияли и на туристическую привлекательность страны для иностранных граждан. В Ассоциации туроператоров России отмечают незначительное количество путешественников из-за рубежа в летний сезон 2022 г., в основном из стран Ближнего Востока Южной Кореи и ряда государств Юго-Восточной Азии. По прогнозам Ростуризма

доходы страны от въездного туризма упадут более чем в пять раз, с 11 миллионов долларов в год до 2 миллионов долларов [1]. Осторожность иностранных туристов вызвана настоящим кризисом. Ряд стран рекомендовали своим гражданам отказаться от посещения России.

Представители Ростуризма прогнозируют значительное увеличение количества граждан, предпочитающих путешествия по России в течение последующих трёх лет [1]. Сокращение полётов российских авиакомпаний за границу, скачки курса валют – всё это стимулирует развитие внутреннего туризма. Следует отметить, что развитие туризма внутри страны с целью отдыха и оздоровления, способствует экономическому развитию регионов России.

В условиях нестабильности политической ситуации и введение экономических санкций из-за событий на Украине отдых внутри страны для многих россиян становится единственной альтернативой. Поэтому развитие внутреннего туризма в современных условиях представляет большую актуальность для туристической отрасли [1]. Повышение спроса на внутренний туризм подтверждают следующие выявленные данные.

По данным Росстата, в предшествующий период введения санкций в связи с присоединением Крыма и событий на Украине, рост туризма внутри страны с 2014 по 2015 гг. составил 25 %, а выездной туризм снизился на 35 % [2].

Повышенный и интерес к путешествиям внутри России был выявлен компанией МТС в результате проведённого исследования по анализу туристических потоков в декабре 2021 – марте 2022 гг. Полученные выводы позволяют отметить, что количество россиян, посетивших регионы страны в марте 2022 г. выше на 13 % по сравнению с февралем 2022 г. [3].

Ростуризм прогнозирует в 2022 г. рост внутреннего турпотока в России в диапазоне от 4 % до 30 %, в зависимости от направления. Предположительно, общее число туристов внутри страны превысит в 2022 г. 31 млн человек [1].

Чтобы спрогнозировать увеличение потока туристов внутри страны проанализируем статистические данные, предоставленные Росстатом.

Проведём анализ статистики Росстата за последние 5 лет по количеству выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж, в том числе поездки граждан в недружественные страны, перечень которых утверждён распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 марта 2022 г. № 430-р «Об утверждении перечня иностранных государств и территорий, совершающих недружественные действия в отношении Российской Федерации, российских юридических и физических лиц» (рисунок 1) [2].

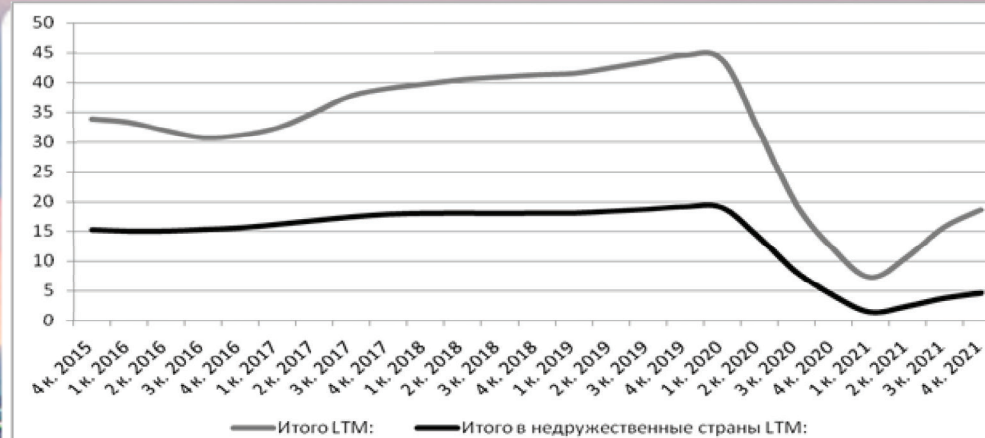


Рисунок 1 – Число выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж, млн чел.

По графику, представленному выше, можно сделать вывод о том, что пик международных поездок, совершенных гражданами Российской Федерации за рубеж, в том числе в недружественные страны, пришёлся на 1 квартал 2020 г. Также отметим, что тренд на восстановление намечился во 2 квартале 2021 г. и продолжал рост до 4 квартала 2021 г. В связи с проведением специальной военной операции на Украине в 1 квартале 2022 г. большое количество стран закрыло небо для российских самолетов, тем самым ограничив туристический поток. Из этого, мы можем предположить, что международный туризм резко сократится в 2022 году.

По-другому дело обстоит с внутренним туризмом. Приведём данные Росстата за последние 8 лет по численности граждан Российской Федерации, размещённых в коллективных средствах размещения (рис. 2) [2].

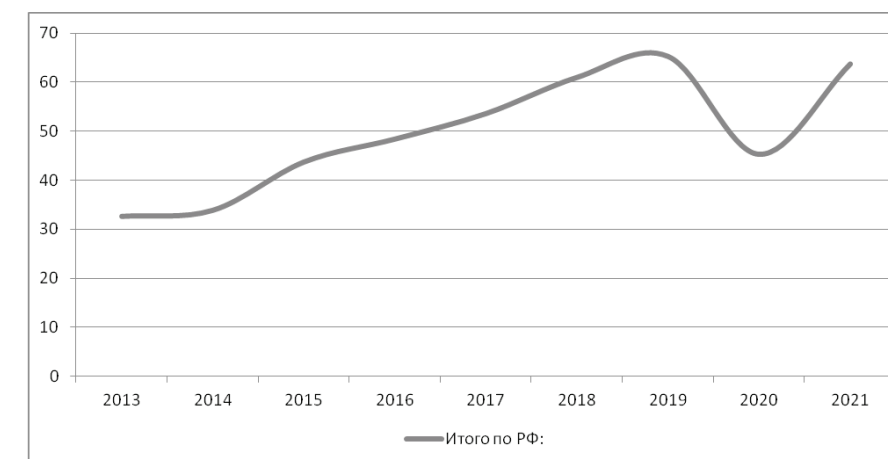


Рисунок 2 – Численность граждан Российской Федерации, размещённых в коллективных средствах размещения, млн чел.

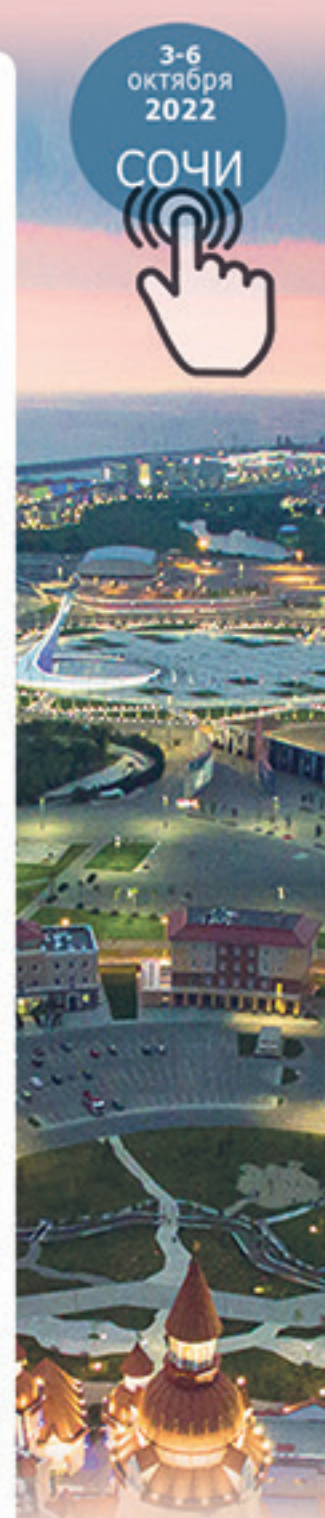
Из диаграммы видно, что развитие внутреннего туризма стало более активным в 2014–2015 гг. и достигло пика в 2019 г. Это обусловлено тем, что в 2014 г. были введены санкции против Российской Федерации в связи с присоединением Крыма к России и конфликтом на востоке Украины, что сделало внутренний рынок туристических услуг более привлекательным для российских туристов.

В связи с ограничениями на поездки по регионам Российской Федерации во время пандемии коронавирусной инфекции, внутренний туризм претерпевал кризис и снизился на 20 млн чел. Однако, в 2021 г. замечен тренд на увеличение граждан Российской Федерации, путешествующих по стране до уровня пиковых значений 2019 г.

В связи с недружественными действиями Соединенных Штатов Америки и примкнувших к ним иностранных государств и международных организаций, Ростуризм рекомендовал туроператорам приостановить продажу туров в недружественные страны из-за «текущей геополитической ситуацией в мире, возможной реализацией угрозы безопасности гражданам России при нахождении за её пределами, а также наличием потенциальных рисков, связанных с их возвращением» [1]. Поэтому, часть туристов, посещающих зарубежные страны, представленные на рисунке 1, будут являться потенциальными туристами на территории России и за их счёт прогнозируется увеличение туристического потока в 2022 г. на внутренний рынок туристических услуг. Прогнозируемое увеличение будет рекордным за предшествующие 10 лет.

Однако эксперты в области гостеприимства указывают на несовершенство внутреннего туризма, так как есть определённые проблемы с инфраструктурой. Данная отрасль в России использует свой потенциал лишь на 20 %, вследствие чего её вклад в экономику страны минимален. На решение выявленных проблем туризма в пределах России направлен национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», состоящий из трёх федеральных проектов, представленный в апреле 2021 г. в Координационном центре Правительства Российской Федерации. Его основной целью является развитие туристической отрасли России.

В рамках первого федерального проекта «Совершенствование управления в сфере туризма» предполагается модернизация всей туристической отрасли России с целью «сделать её современной и отвечающей требованиям туристов и бизнеса». Второй федеральный проект «Повышение доступности туристских услуг» реализуется с целью обеспечить доступность туристических поездок для различных категорий граждан. Третий федеральный проект «Развитие туристской инфраструктуры»



решает проблему несоответствия туристической инфраструктуры страны международным требованиям. В рамках его реализации будет проходить строительство и реконструкция отелей, обустройство городских территорий, пляжей и зон отдыха. Развитие туристской инфраструктуры также предполагает построение планов отдельных территорий и регионов с целью развития их туристической привлекательности.

В сложившейся ситуации драйверами развития туристической отрасли страны, являются:

- поддержка развития туризма посредством предоставления грантов на предпринимательские инициативы. По сообщению Заместителя Председателя Правительства Дмитрия Чернышенко, в 2021 г. гранты были предоставлены на 452 инициативы. До 2025 г. гранты должны получить более 2,5 тыс. проектов. Данная поддержка будет способствовать развитию внутреннего и въездного туризма, по прогнозам Правительства страны, увеличится количество внутренних путешествий граждан до 140 миллионов поездок в год и это позволит увеличить занятость в туристическом секторе экономики на 1,7 миллионов новых мест;
- в марте 2022 г. был отменён налог на добавленную стоимость для объектов гостиничной отрасли, что положительно влияет на сдерживание цен на размещение туристов и снижает налоговую нагрузку, что в свою очередь стимулирует строительство новых гостиниц в разных регионах страны;
- повышенный интерес граждан страны к экскурсионным путешествиям. До пандемии COVID-19 отечественные курорты выбирали 52 % туристов. Уже в нынешнем году запрос на российские морские курорты составил 22 %, на города и регионы страны – 41 %;
- развитие экологического, сельского и агротуризма. Как отмечает Дмитрий Чернышенко, доля экологического туризма в туристической отрасли Российской Федерации занимает всего 2 %, в то время как РФ занимает 5 место среди 133 стран по количеству природных объектов, а по доступности территорий РФ на 108 месте. Данное направление актуально, так как наблюдается повышенный спрос туристов на такой отдых. Развитию направления экологического туризма будет способствовать поддержка государства в виде предоставления грантов на развитие новых туристических маршрутов;
- разработка различных проектов и программ, направленных на обеспечение доступности туристических поездок для граждан России и развитие территорий, создание новых туристических маршрутов. Например, способствует доступности туристических услуг программа туристического кэшбека, когда гражданам

было предложено приобрести тур по карте «Мир» с последующим зачислением на неё кэшбека в 20 % от стоимости тура. Или программа детского туристического кэшбека в летние оздоровительные лагеря с кэшбеком в 50 %. Создание новых туристических маршрутов происходит в рамках реализации проекта «Национальные туристические маршруты»;

- дополнительная поддержка туристической отрасли в условиях санкций составляет 22,97 млрд руб. – об этом заявил представитель Правительства Российской Федерации Дмитрий Чернышенко.

Развитие туристической отрасли страны создает благоприятную обстановку для развития малого и среднего предпринимательства, а именно на успешную реализацию национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [4].

Развитие туристической отрасли, в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» напрямую связано с состоянием развития малого и среднего предпринимательства в стране.

Значение малого и среднего бизнеса в экономике страны велико. В самых развитых странах мира процент ВВП, приходящего на долю малого предпринимательства, составляет 60–70 %. Большое количество малых предприятий приходится на туристическую отрасль, что влечёт за собой развитие малого и среднего предпринимательства и повышение привлекательности тех или иных территорий страны. Популярность предпринимательства в данной области обусловлена незначительным капиталовложением, по сравнению с предприятиями промышленности.

Сфера развития малого и среднего предпринимательства в условиях экономических санкций активно поддерживается государством:

- был введён запрет на проверки, плановые и внеплановые для малого, среднего и крупного бизнеса. Как отмечает министр экономического развития Российской Федерации Максим Решетников «на сегодняшний день у нас уже приостановлено и отменено более 200 тыс. проверок» [5].
- льготное кредитование и пополнение оборотных средств малых и средних предприятий.
- выстраивание цепочек «малый – средний бизнес», «средний бизнес – крупный бизнес», госзаказчиков между собой [5].

В рамках поддержки малого и среднего бизнеса в туристической отрасли в регионах России созданы центры поддержки предпринимательства, где можно получить консультации по открытию своего дела, по налогообложению, кредитованию. Можно узнать о мерах государственной поддержки, которые доступны в конкретном регионе.



Ростуризм запустил конкурсный отбор в 2022 г. на получение гранта малому предпринимательству до 3 млн руб. Получить поддержку могут разработчики новых маршрутов, проектировщики модульных домов отдыха, разработчики электронных путеводителей и т. д. [1].

Кроме того, правительством разработана программа льготного кредитования по ставке 3–5 % годовых, рассчитанная до 2024 г., согласно которой будет выделено 200 млрд рублей на строительство 20 тысяч качественных современных отелей в разных городах страны. Как сообщили в профильном ведомстве, на данную программу уже выделено почти 19 млрд рублей [6].

В заключение следует отметить, что в связи с усложнением экономического положения России и мира в целом, ряд отраслей могут начать свое активное развитие. В перечень таких сфер вошёл и туризм, в частности внутри страны.

Введённые санкции привели к изменению структуры и направлений туристических потоков. Если раньше, до введения санкций, основные потоки туристов устремлялись за границу России, при этом процент внутреннего туризма был незначительным, то сегодня, по мнению многих аналитиков, введённые санкции значительно улучшили и расширили развитие сферы туризма внутри России. Это создает мощный толчок для развития малого и среднего предпринимательства на территории России за счёт увеличения туристических потоков внутри страны.

Список литературы

1. Ростуризм: [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 27.06.2022).
2. Статистика. Розничная торговля, туризм // Федеральная служба государственной статистики. [Пьянова Н.В., Алекса Е.А., Попова А.И. Роль и место предпринимательства в сфере развития туристской индустрии региона // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры: материалы II Международной научно-практической конференции, Орёл, 24–25 апреля 2020 г. – Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2020. – С. 69-75.
3. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» // Министерство экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 27.06.2022).
4. Брифинг Министра экономического развития Максима Решетникова. // Новости – Правительство России. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 27.06.2022).
5. Ханина А.В. Пандемия COVID-19 и санкции: особенности влияния на туристическую отрасль России // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. – № 3(95). – С. 199-208.

© Камаева А.А., 2022

ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ И ИСТОРИИ В ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. НА ПРИМЕРЕ ГАГРСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ АБХАЗИЯ

Канделаки Д.А.

научный сотрудник

*отдела истории АБИГИ им. Д.И. Гулиа АНА,
главный хранитель Пицундского Археологического Музея,
Директор НИЦ «PONTO-CAUCASICA».*

В статье даётся обзор памятников природы и истории на территории Гагрского района Республики Абхазии, которые используются в процессе осуществления экскурсионно-туристической деятельности. Проводится общий анализ степени задействованности отдельных территорий и памятников в качестве объектов экскурсионного показа и рассказа. Для удобства восприятия, автором статьи применена пошаговая характеристика объектов по ходу движения, который обычно осуществляется в трассовой экскурсии. В процессе ознакомления так же параллельно проводится общая характеристика тех памятников природы и истории, которые затронуты в статье, снабжая их подробной физико-географической и исторической информацией.

Ключевые слова: экскурсионно-туристическая деятельность, Гагрский район, город Гагра, город Пицунда, Псоу, Хашупсе, Гагрский карниз, Гагрская климатическая станция, Абаата, Великий Питиунт, принц А.П. Ольденбургский.

Гагрский район Республики Абхазия, своим политико-административным положением, непосредственно примыкающим к государственной границе с Российской Федерации, делает его рассмотрение актуальным в ключе заявленной тематики конференции.

Гагрский район всегда был средоточием мощной и развитой курортной и экскурсионно-туристической инфраструктуры. Этому способствовал прочный фундамент – климатические, ландшафтные и природные факторы, а также что следует особенно отметить наличие богатых водных ресурсов рек. Именно это способствовало созданию первого на территории Черноморского побережья Кавказа курорта Гагрской Климатической/Климатолечебной и Морской станций. Первые мероприятия по созданию курорта принадлежат такому крупному деятелю России как е. и. в. принцу А.П. Ольденбургскому. Именно им были заложены базовые принципы организации курортной инфраструктуры и основные черты градостроительной и топографической структуры города Гагра в его новейшей истории. Уже с первых лет создания курорта в 1901–1903 гг. Гагра и её окрестности становятся местом активного



развития экскурсионно-туристической деятельности. Стартом этому послужило важное событие, когда с момента официального открытия курорта 9 января 1903 г. здесь в Гагра начало свою деятельность Гагрское отделение Крымско-кавказского горного клуба. Именно этот клуб взял на себя функции, по сути, первой экскурсионно-туристической организации по обслуживанию первых экскурсантов, гостей курорта. Тем самым именно в первые годы создания курорта и были заложены основные и первые ростки развития и экскурсионно-туристической деятельности. Они стали основой и для последующего развития экскурсионно-туристической деятельности и развития уже в советский период, когда в первые годы советской власти здесь заработала организация «Пролетарского туризма». В постсоветский период развитие экскурсионно-туристической деятельности получил небывалый размах интенсивности, если не сравнимый с объёмом туристов советского периода, то однозначно превосходящий по широте охвата, интенсивности и палитре как услуг, так и объектов экскурсионного посещения. На сегодняшний день особенности географической локации Гагра и её окрестностей обусловили функционирование экскурсионной деятельности в нескольких основных важных направлениях: **1.** Гагрский район и город Гагра выступает неким сквозным транзитом для экскурсантов и туристов, осуществляющих проезд из России в другие части Абхазии. **2.** Гагрский район и город Гагра – это территории, в которых осуществляется наибольшее количество сборов экскурсантов на загородные экскурсии, так как здесь концентрируется наибольшее количество гостей курорта и соответственно экскурсионно-туристических фирм. **3.** Гагрский район и город Гагра привлекателен как отдельная зона внутренних городских экскурсий и экскурсий в окрестностях района.

Именно этой третьей части и будет посвящена наша статья, которая с учётом объёма материала будет в целом носить обзорным характер.

Гагра и её окрестности несомненно представляют интерес для развития экскурсионной деятельности, чему способствует увеличение количества памятников природы и истории, вовлекаемых в качестве объектов посещения. Этому способствовала и активная научно-исследовательская работа, когда на протяжении XIX в., XX в. и начала XXI в., были исследованы многочисленные памятники природы, археологии, истории, культуры, архитектуры различной типологии, создав прочный фундамент для перспективных разработок будущих экскурсионных маршрутов. Здесь в районе представлены различные природные объекты и памятники истории широкого хронологического диапазона, от древнейших до современных. Разумеется, с учётом разной их типологии, исторической и памятниковедческой их природы и с учётом специфики самой

экскурсионно-туристической деятельности все эти объекты имеют разную степень скажем так «пригодности» для восприятия их в качестве объектов показа и достопримечательностей. Однако если они и не все несут столь выразительную визуальную нагрузку, то несомненно в процессе экскурсионной деятельности несут в себе очень большую историческую информацию. Все эти памятники обладая как разной степенью информативности, так и разной степенью визуализации, все равно одинаково актуальны при построении общей концепции экскурсионного рассказа. В силу особенностей природного ландшафта Гагрского района, а также логистики трассового маршрута, ряд значимых объектов природы и истории выпадают в качестве объектов показа, так как расположены в труднодоступных местах и экскурсии туда носят лишь сугубо специализированный характер. С учётом предварительной характеристики специфики локации памятников мы и приступим к их краткой характеристике.

Среди объектов природы с самого начала следует назвать ущелье реки Псоу и его правого притока реки Пхиста (Троицкое), с расположенным здесь водопадом Пхиста. Ещё один крупный ландшафтный узел – это Хашупское ущелье. Сами по себе эти ущелья очень перспективные направления в экскурсионно-туристической деятельности, среди значимых природных достопримечательностей, здесь следует назвать Хашупсинский каньон, который стал достаточно мощным объектом посещения куда направляются отдельные экскурсионные маршруты. С учётом относительной удалённости этих зон и с учётом того, что большинство маршрутов экскурсионных проходят в стороне от этих перспективных направлений, эти объекты все равно при сквозном трассовом маршруте всегда занимают место в экскурсионных рассказах. В большинстве случаев ландшафтные зоны западной части Гагрского района в бассейнах рек Псоу и Хашупсе в основном используются в качестве специализированных, индивидуальных маршрутов. К примеру, эти районы интенсивно используются в качестве джипингов, включая сюда программу пикников, включая сюда поездки на горные вершины горы Ах-Аг и в Хашупсинский каньон и по ущелью рек Псоу и Пхиста к водопаду Пхиста. Среди объектов природы в этой зоне, которые ныне так же мало задействованы в экскурсионно-туристической деятельности следует назвать памятники спелеологии. Речь идет о карстовых пещерных образованиях массива Арабика/Арбаика. Это и понятно данный район сложен для посещения большими обычными группами и преимущественно являются объектами посещения, специализированными спелео-туристическими группами из числа профессиональных спеле-



ологов из различных спелеоклубов и обществ профессионалов, спортивных спелеологов, карстологов и гидрогеологов. Если брать во внимание также эстетическую составляющую красивых пейзажей, красоту зоны Гагрского хребта, то сразу следует отметить об очень большой перспективе использования этого района качестве объектов туристических походов с разработкой специальных туристических троп и мест ночлега. В этом отношении перспективны высокогорные зоны. Следующий по направлению объект это знаменитый «Гагрский карниз» – резко обрывающиеся к Черному морю южные склоны Гагрского хребта. Сам «Гагрский карниз» протянулся на 15 км между реками Хашупсе и Жоэквара и особенно хорошо визуализируется с востока, когда со стороны города Гагра открывает великолепную панораму Гагрского побережья одного из красивейших и живописнейших в Восточном Причерноморье. Сам карниз в целом не выступает в качестве отдельного объекта показа, так как основные маршруты проходят здесь по кромке его склона по черноморскому шоссе, но очень важен в информационном отношении. Среди объектов показа в районе самого карниза конечно же выступают знаменитые «Белые скалы» – излюбленное место отдыха гостей курорта. Еще важно отметить, что здесь вдоль карниза протянулись зоны субаквальной разгрузки подземных карстовых вод так называемые субмаринные источники. Они особенно хорошо просматриваются в хоне акватории «Белых скал», образуя так называемые «котлы вскипания». И наконец большой интерес представляет ставшее уже, наверное, брендом самая короткая река Репруа или Хапырьюжэ длиной 18 метров. Для обзора этого природного объекта ещё с советских времен здесь оборудована специальная площадка (т. н. «Западная площадка»), кстати здесь же взору экскурсантов и гостей курорта хорошо визуализируется одиноко отстоящий от берега примерно в 10 метрах отдельный субмаринный сифон. Далее уже по направлению черты города Гагра следует отметить ряд интересных ландшафтных зон, в частности, ущелья рек Жоэквара, Гагрыпша и Цыхерва. Эти места примечательны тем, что уже со времен создания е. и. в. принцем А.П. Ольденбургским Гагрской климатической станции стали, наверное, одними из первых в истории экскурсионной деятельности в качестве пунктов пешеходных экскурсионных прогулок. Такая традиция сохранялась и в советский период. И, разумеется, особое место занимают район хребта Мамдзаа с вершиной горы Мамдзышха. Началом освоения этой нагорной части Гагра мы связываем с деятельностью принца А.П. Ольденбургского, когда здесь в 1904 г. строится дорога на гору Мамдзышха. По сути, этот проект позволяет говорить о городе Гагра

именно как о горно-приморском курорте. Район окрестностей горы Мамдзышха включая территорию урочища Бамба-яшта и Дзыхча представляют очень перспективными как для создания мощной курортной инфраструктуры, так и для экскурсионно-туристической деятельности на территории так называемой принцевской поляны и источника минеральной воды. Такие проекты имели место, как до революции, так и в советский период. Сейчас данный природный объект посещения в основном ограничивается джипингами и местом откуда осуществляются полёты на парапланах. Однако в перспективе было бы полезно использовать этот район для турпоходов как отправные точки прогулок по Гагрскому хребту, так и с выходом в бассейн реки Гега и Бзыбь. Далее следуя географии движения следует конечно же уникальная в своем роде Пицундо-Бзыбская миниатюрная долина. Хотя эта территория уже с незапамятных времен сильно подверглась антропогенному влиянию и здесь очень ярко выражен преимущественно культурный ландшафт он очень интересен с точки зрения информативности. Пицундо-Бзыбская миниатюрная долина остаток древней позднеплиоценовой и раннеплейстоценовой дельты реки Бзыбь. Здесь остались восемь реликтовых озер среди которых прибрежное, равнинное озеро Инкит самое большое в черте Гагрского района. Инкит очень важен для посещения. Хотя само озеро с точки зрения эстетичности и пейзажа может и уступает таким брендам как озеро Рица и Голубое озеро, но очень интересно с точки зрения геологической истории района. И наконец замыкает эту часть зона Пицундо-Мюссерского биосферного заповедника, единственного заповедника в пределах Республики Абхазия, который целиком расположен на побережье Чёрного моря. Растительность этого заповедника, по сути, флористический реликт былого обширного распространения влажных прибрежных субтропических Колхидских реликтовых лесов. Заповедник расположен в пределах двух административных районов Республики Абхазия – Гудаутском и Гагрском. На Гагрский участок, в пределах города Пицунда, приходит зона обширного произрастания заповедной Пицундской реликтовой сосны – древнего доледникового реликта, район Каваклукских дубрав, а до недавнего прошлого и Самшита Колхидского.

При всем типологическом, систематическом, классификационном и хронологическом многообразии объектов исторического наследия использование их крайне неравномерно. Причина тому, как и в случае с природными объектами их географическая локация, либо его расположение в стороне от основного экскурсионного потока. Другой немаловажный момент сам типологический характер памятников истории, в силу которого некоторые из них плохо визуализируются и мало пригодны как объекты по-



каза. В подавляющем большинстве это памятники археологии включая сюда могильники, поселения, отдельные местонахождения, стоянки древнего человека и т. д. По этой причине в большинстве случаев показ возможен лишь в местах наибольшей концентрации памятников истории в основном это выразительные памятники античности, средневековья и новейшего времени, либо в редких случаях отдельно стоящие выразительные памятники. Основная концентрация удобной для показа и рассказа, а значит и в экскурсионно-туристической деятельности памятников сосредоточено в двух крупных очагах это черта города Гагра и черта города Пицунда. Более слабо представлена для визуального показа в особенности западная часть Гагрского района, несмотря на то что здесь расположены весьма важные и ключевые памятники истории. Но следует заметить, что даже если памятники и не визуализируются с учётом их географической локации они все равно присутствуют в общей концепции экскурсионного рассказа. Здесь мы не будем подробно вдаваться в категории памятников, а опять проведём экскурс, следуя с северо-запада на юго-восток. Среди наиболее значимых объектов в западном секторе Гагрского района следует назвать такие перспективные объекты для посещения как дольмены, ацангауары и пещеры. Здесь также широко представлены ряд раннехристианских памятников, к примеру, в районах населённых пунктов Микельрипш, Пшоухуа, Цандрипша, Багрыпста и Чигрипша. Отдельно следует говорить о древних стоянках и местонахождениях, в том числе расположенных на карангатских террасах и в районе Хашупсинского ущелья. Не следует забывать, что в районе Хашупсинского ущелья находится такой эталонный памятник как Хашупсинская крепость – один из выдающихся памятников фортификационного искусства раннего средневековья. Далее по ущелью расположен и такой эталонный памятник как Ачмардинский могильник и конечно же само ущелье как вероятно ответвление транспортной коммуникации, которая входила в общую систему Великого Шелкового Пути. Следует отметить, что для западного сектора Гагрского района частично выпадает прибрежная часть, где расположено село Цандрипш. Связанно это с тем, что сам посёлок Цандрипш является в основном местом сбора экскурсантов для экскурсионных направлений в другие районы, а другая сторона — это то, что основная трасса проходит вне зоны этого населённого пункта. Здесь есть ряд интересных с точки зрения экскурсионной информации объектов. Среди них можно назвать Цандрипшскую базилику, Дом генерала Пиленкова, а также древние дюнные поселения в прибрежной полосе. По направлению к городу Гагра в промежутке проезда в районе Гагрского карниза

выделяющихся объектов истории практически нет так как большая их часть опять-таки располагается в нагорной части. Среди них в районе ущелья Багрыпста это Сталинская дача и раннесредневековая базилика, а ближе к Гаграм – это храм Чыгурханыха и имение Долбышева в селе Чигрипш. Резюмируя сказанное следует отметить, что для западной части Гагрского района характерен сквозной трассовый маршрут и все объекты истории находятся на удалении и лишены визуализации. Потому для этой части района большинство памятников могут быть использованы в качестве объектов показа лишь в случае организации специальных индивидуальных или групповых маршрутов, например, при разработке туристических маршрутов, туристических походов, либо требует создания специальных отдельных комплексных экскурсионных маршрутов, к примеру, в ущелье реки Псоу, ущелье реки Хашупсе. При разработке маршрутов в эти направления они могут носить комплексный характер с вовлечением в качестве показа и рассказа как природные, так и исторические памятники, включая сюда, разумеется, и ряд инженерных и технических сооружений к примеру мосты, плотины, карьеры, дамбы или места разработки ценных строительных материалов как, например, известные в советское время разработки габродiorитов в верхнем течении реки Псоу и т. д.

Наибольшей зоной интенсивности экскурсионного обслуживания, а вместе с тем и задействованности в экскурсионно-туристической деятельности памятников истории остается и лидирует без преувеличения город Гагра. Так как географически город Гагра остается в удобной локации как для внутреннего экскурсионно-туристического рынка, так и для проходящих в других районах Абхазии экскурсий из ближайшего сочинского района. Специфика Гагра с её бурным послевоенным курортным развитием, по сути, по факту определило её как статус курортной столицы Абхазии, а в советское время за ней оставалось лидирующее положение Всесоюзной здравницы. Гагра характеризуется большой концентрацией разной по типологии и классификации памятников наследия. В черте Гагра отмечены самые древние датируемые верхним палеолитом памятники, памятники эпохи бронзы, а также поселения позднего античного времени и средневековья, и, разумеется, памятниками гражданской архитектуры времен создания принцем А.П. Ольденбургским Гагрской климатической станции. К сожалению, война и послевоенный период очень негативно сказались на архитектурном наследии. Многие памятники находятся в плачевном состоянии. Сегодня в черте г. Гагра насчитывается несколько десятков объектов наследия это, включая сюда памятники периода советского курортного строительства. В пределах города Гагра работает программа городской экскурсии получившее название «Вечерняя Гагра». Среди наиболее



значимых объектов показа и рассказа можно назвать крепость Абаата, храм Абаата, дворец принца А.П. Ольденбургского, следует отдельно назвать линию дач, проходящих поверху от парковой зоны в нагорной части Гагра, ресторан Гагрипш. Среди памятников советского периода обычно излюбленным объектами показа остаются Дом культуры «Колоннада» или «Двухзальный» театр, Колоннада. Отдельно это и объекты садово-паркового искусства, среди которых Комсомольский парк, Гагрский Приморский Парк или Парк Ольденбургского и Приморский бульвар. Интерес так же представляют своей красотой и убранством такие жемчужины советской архитектуры Гагра как санаторий «Гагра», комплекс «Амра Парк отель», особое место занимает городская «Эвкалиптовая аллея», здание бывшего «Реального училища» ныне ГСШ №2, ж/д станция «Павильон», ж/д станция «Абаата», кафе «Рица», площадь «Абаата – Ашта», памятник Неизвестному солдату 1941–1945 гг., памятник Отечественной войны народа Абхазии 1992–1993 гг. и ряд других объектов. Особое место занимает подъём на первую смотровую площадку куда далее дорога ведёт к знаменитой принцевской поляне и далее на гору Мамдзышха. Дорога эта строилась в 1904 г. по проекту инженера Маруашвили по идейному вдохновению принца А.П. Ольденбургского. Эта дорога включена в список наследия в качестве памятника инженерной и технической мысли. По сути, с исторической точки зрения это так и до конца не доведённый проект создания Альпийской Гагра как части Гагра Большой. Стоит отметить, что окрестные холмы по которой проходит дорога на своем начальном отрезке примерно до зоны Гагрского лесничества — это зона активного освоения с незапамятных времен древних аборигенов этого края абхазами. Свидетельством тому является сохранившийся здесь храм Гагра – инху. В XIX–XX вв. здесь появилось имение Шапшала, а позже – имение Отрадное принца Ольденбургского. Следует отметить, что при всём многообразии памятников в городе Гагра не все они в полной мере задействованы. Частично это связано, как и с инфраструктурной перегруженностью, руинированностью объектов. Другой момент – город Гагра используют как некую «разбавку», как некое завершение к основному маршруту, возвращающихся экскурсий из других районов, что несколько ограничивает использование всего ресурса экскурсионного показа. Сама же программа городской экскурсии «Вечерняя Гагра» так же имеет ряд объективных ограничений и работает по следующей основной схеме. С момента окончательного сбора экскурсантов маршрут первоначально традиционно следует до первой смотровой площадки, затем по возвратному пути, далее в зависимости от транспортной загруженности следует район Причала, затем ресторан «Гагрипш», и конечный пункт «Колоннада».

В других случаях сначала после посещения первой смотровой площадки следует Колоннада, ресторан Гагрипш, Причал. В индивидуальных схемах маршрута или Вип экскурсиях количество объектов остановок расширяется. Маршруты дальнего следования, например, из Сочинского района чаще делают сквозной маршрут с остановкой либо у Гагрипша, либо у Колоннады и далее следуют по городу, либо идут транзитом по объездной дороге. Так и ли иначе подобная схема маршрута позволяет дать общую характеристику и обзор объектов показа и рассказа. Основной причиной ограничения во времени данной городской экскурсии чаще всего обусловлено режимом работ гостиниц и домов отдыха (питание в определённое время) а также режим посещения пляжей. Среди других объективных причин это уменьшение светлого времени суток особенно в осенний период.

Второй как завершающий в пределах зоны Гагрского района сектор, где расположена группа показа объектов истории и культуры и зона их концентрации — это район города Пицунда и его окрестности. Пицунда составляет более удобную локацию за счёт своего равнинного положения с которой просматриваются очень удалённые физико-географические объекты давая в немалой степени хороший простор для логического построения рассказа. Пицунду так же отличает одна особенность, важная в силу исторических причин — это преимущественно центр самого раннего распространения христианства, что отмечено наибольшей концентрацией памятников христианского наследия у нас в Абхазии. Сюда примыкают и широко представленные памятники и времен римско-византийского периода. С точки зрения концентрации объектов истории следует выделить как бы три под зоны — это Алахадзы, где представлены памятники христианства, в частности, в районе Ахашныха две базилики и один крестовокупольный храм, а также комплекс строений имения Игумнова. Зона села Лдзаа в которой представлен храм Лдзаа и Музей Хецуриани и собственно город Пицунда. В самой Пицунда представлены такие всемирно известные центры как Пицундское городище древнеримское укрепление кастелла «Великий Пителинт», далее следует комплекс христианского центра куда входят Пицундский патриарший собор (Лдзаа-ныха) и крепостная стена, дольмен, остатки колокольни, Пицундский археологический музей. Здесь же расположен и такой памятник инженерной и технической мысли как Акведук, а в самом патриаршем соборе функционирует Пицундский орган. В самой роще Пицундской реликтовой сосны расположен уникальный для Восточного Причерноморья памятник христианской храмовой архитектуры — Двойная церковь или Двухапсидная базилика. Район города Пицунда центр активных археологических исследований.



Именно здесь работала комплексная Пицундская археологическая экспедиция Академии Наук Грузинской ССР. Интенсивные исследования и богатый археологический материал послужил базой для создания Пицундского археологического музея. Среди значимых экспонатов этого музея следует назвать пицундскую мозаику. Еще одним объектом интенсивного экскурсионного посещения является комплекс Курорт Пицунда — образец советского градостроительного и архитектурного искусства.

Наш обзор был бы не полный если бы мы не коснулись ещё одной зоны. Эта зона в силу своего положения занимает немного обособленную локацию и, хотя и расположена в пределах Гагрского района, но больше связана с экскурсионными направлениями в сторону озера Рица. Это знаменитый Бзыбский комплекс в котором представлены Бзыбская крепость и первый в стиле абхазской школы Бзыбский храм X века и ряд иных сооружений.

В завершении отметим, что, разумеется, статья носит обзорный характер и потому мы ограничили себя в более подробной характеристике памятников природного и исторического наследия, с учётом объёма предоставляемых для конференции материала.

Список литературы

1. Барцыц Р.М. Акведук — древняя система водоснабжения Пицунды (новые материалы). Абхазоведение. Археология. История. Этнология. — Сухум. — 2013. — Вып. VIII-IX. — С. 20-28.
2. Барцыц Р.М. Христианский храм в селе Лдзаа, Республика Абхазия (новые материалы раскопок 2013 года). IV Анфимовские чтения. Краснодар. — 2014. — С. 4-9.
3. Глазов К.А., Кизилов А.С., Сакания С.М. Великий Пителинт: 3D-реконструкция памятника на основе материалов археологических исследований. IX «Анфимовские чтения» по археологии Западного Кавказа. Краснодар. — 2019. — С. 59-70.
4. Гулиа В.О., Орловская Т.В., Адзинба З.И., Читанава С.М. Физико-географическая характеристика Абхазии // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2014. — № 11. — С. 35-38.
5. Гулиа В.О., Орловская Т.В., Адзинба З.И., Читанава С.М. Физико-географическая характеристика Абхазии // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2014. — № 11(часть 4). — С. 593-596.
6. Джопуа А.И., Ньюшков В.А. Средневековая храмово-крепостная архитектура Северо-западной части Абхазского царства: материалы VI Абхазской Международной археологической конференции, посвященной археологу-кавказоведу Л.Н. Соловьеву. «Кавказ и Абхазия в древности и в средневековье: взаимодействие и преемственность культур». — Сухум. — 2017. — С. 160-170.
7. Канделаки Д.А. Специфика краеведческой работы в Гагрском районе (Абхазия). Российское общество, государство и право: история и современность. — Ростов н/Д. — 2012. — С. 190-200.
8. Канделаки Д.А. Гагрская крепость Абаата // Лавровский сборник. — СПб. — 2015. — С. 32-36.
9. Канделаки Д.А. Древности Гагрского района // Абхазоведение. — 2016. — № 10. — С. 22-31.
10. Канделаки Д.А. Памятники историко-культурного наследия Гагрского района: типология; классификация; хронология: сборник научных статей Всероссийской научной конференции. — Сочи. — 2018. — С. 117-123.

11. Канделаки Д.А. Храм Абаата // Газета Гагрский Вестник. – 2020. – № 8. – С. 12-13.
12. Ньюшков В.А. Об одной интересной находке из Ачмарды (Гагрский р-н, Абхазия) // Вопросы археологии Адыгеи. – Майкоп. – 2020. – С. 155-159.

© Канделаки Д.А., 2022

УДК 330.88

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Кварцхава Д.И.
магистр,

Российский университет дружбы народов

Дегтярёв П.А.
доцент кафедры «Финансы и кредит»
Сочинского института (филиала)
Российского университета дружбы народов

Данная статья раскрывает новшества и будущие планы по внедрению инновационных технологий в сфере гостеприимства и туризма. Основываясь на научных фактах, была выявлена необходимость разработки и внедрения передовых технологий в сфере туризма и гостеприимства с уклоном на потребительские взгляды, автоматизацию рабочего места персонала – упрощение их работы, для увеличения рентабельности и прибыли организаций. Тема актуальна, так как изучаемая сфера одна из самых прогрессирующих в экономике, показывает ежегодный рост. Это значит, что поддерживать конкурентноспособный уровень, постоянно улучшать качество оказываемых услуг и не отставать от мировых стандартов необходимо для экономики страны, а не только для личной выгоды. В туристической сфере для результативной конкуренции необходимо постоянно реализовывать, на должном уровне, управление качеством услуг и обслуживание и применением инновационных технологий. В данной статье описаны виды инноваций, используемых в гостиничном бизнесе, дана оценка их необходимости и потенциала.

Ключевые слова: инновационные технологии, инновации, сфера туризма и гостеприимства, эффективность, нововведения, туризм, гостеприимство, конкурентоспособность гостиничных предприятий.

На сегодняшний день инновационная деятельность в туристическом и гостиничном бизнесе развивается по нескольким направлениям:

- применение современных ресурсов; изменение организации производства и потребления (применение передовых принципов маркетинга и менеджмента);
- выявление и использование новых рынков сбыта продукции, использование новых устройств и технологий [1, с. 46-50].

Именно использование новых технологий, используемых сегодня в сфере компьютеризации и глобализации, оказывает наибольшее влияние на деятельность предприятий гостиничной индустрии.



Инновационная деятельность – совокупность общенаучных, управленческих, экономических и коммерческих мероприятий, приводящих к инновациям. Следует понимать, что инновационной можно назвать лишь деятельность, в которую для положительного результата добавляются новые умения, знания, технологии, методы, приёмы. Рассматриваемую деятельность можно понять, как объединённую работу всех сотрудников предприятия, направленную на формирование и внедрение нового, её образует окружение и субъекты инноваций, поэтому она носит системный и совместный характер.

На внедрение инноваций в туризм оказывают влияние такие факторы как: экономическая ситуация в стране, социальное положение населения, национальное законодательство, межправительственные и международные соглашения. Поэтому выделяют следующие причины внедрения инноваций:

- огромное количество классических направлений;
- опасность потери существенной доли рынка во въездном туризме;
- рост конкуренции и предложений;
- расширение области применения информационных технологий, технологическая революция.
- переход от экономики предложения к экономике спроса.
- поиск и реализация нового рынка сбыта изделий.

По положению ВТО (Всемирной Торговой организации), в туристской сфере инновационная деятельность развивается по следующим направлениям:

1. Внедрение новшеств, связанных с развитием предприятия и туристского бизнеса в системе и структуре управления, включая реорганизацию, укрупнение, поглощение конкурентов; кадровую политику (обновление кадров, повышение квалификации); рациональную экономическую и финансовую деятельности (внедрение современных форм учёта отчётности).

2. Маркетинговые инновации, позволяют охватить потребности целевых потребителей и привлечь не охваченный сегмент покупателей на данный момент времени.

3. Периодические нововведения направлены на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование на рынке как эксклюзива, которые предполагают увеличение конкурентных преимуществ.

Немаловажную роль в данной нише играет и государство, оно всячески поддерживает развитие туризма, продолжает постоянное развитие в сфере гостеприимства. Прерогативной правительства Российской Федерации для реализации задач федеральной целевой программы является решение вопросов, связанных со строительством дорог, ЛЭП и газопроводом.

Также Федеральная целевая программа готовит к запуску следующие проекты: реконструкцию кремля в Пскове, строительства пристани в городе Плес и гостиничного комплекса в Переславле-Залесском, строительства трёх автоматических кластеров мотелей и ресторанов. Основная деятельность этих проектов – развитие российского туристического рынка и привлечение путешественников [2].

Производство в области гостеприимства также достаточно быстро набирает рост. Это возможно благодаря тому, что перед отельерами стоят всего две важные задачи: обрести в собственную базу как можно больше клиентов, по максимуму реализовать план по количеству продаж, и завоевать клиента, сделав его постоянным. Выполнить данные задачи без использования передовых технологий и инноваций невозможно. Поэтому в борьбе за каждого гостя, особенно в среде кризиса, требуются большие усилия в области модернизации как технологий, так и сознания.

Передовые тенденции менеджмента в сфере туризма и гостеприимства в мире многообразны и включают применение новаторских технологий, акцент на энергоэффективность и адаптацию к спросу потребителей, гибкость и многофункциональность, социальную и экологическую ответственность.

Глобальная цифровизация, которая возникла благодаря четвёртой промышленной революции, постепенно приводит к кардинальным изменениям во всех сферах социально-экономической жизни общества. Одной из первых последствий влияния глобальной цифровизации ощутила на себе сфера туризма, так как это информационно насыщенная индустрия, старающаяся быстро реагировать на все изменения. Влияние цифровизации на сферу туризма и гостеприимства проявляется как с точки зрения внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы предприятий туристской индустрии, так и за счёт изменения самого путешественника.

К новейшим цифровым технологиям, выступающим в качестве почвы для цифровизации туристской деятельности, относятся:

- технологии больших данных (Big Data), blockchain;
- искусственный интеллект;
- интернет вещей (Internet of Things — IoT и IIoT — Industrial Internet of Things);
- мобильные устройства и многое другое [8].

Массовая цифровизация различных сфер мировой экономики приводит и к поиску новейших способов взаимодействия человека с развивающимся цифровым миром, вследствие этого с каждым годом увеличивается популярность использования VR- и AR- технологий.



Виртуальная реальность (Virtual Reality) стала модной в области технологий и индустрии гостеприимства. В последние годы дополненная реальность стала крупным маркетинговым инструментом, который позволяет разным компаниям влиять на восприятие гостей окружающей среды. Это важно в туристическом и гостиничном бизнесе, так как объекты размещения воплощают физическую сферу, взаимодействие с которой может быть расширено и углублено посредством дополненной реальности [3].

Современные тенденции свидетельствуют о том, что в настоящее время конкурентоспособным преимуществом компаний не столько качество самого продукта, сколько навык и впечатления, которые ему сопутствуют. Новейший маркетинговый тренд приобрел название «экономика впечатлений», при которой покупатели предпочитают экстраординарные и незабываемые эмоции превыше всего [4]. Это приводит не только к уникальному предложению услуг, однако и к добавленной стоимости, увеличению лояльности к бренду и положительным отзывам.

Название AR-технологии произошли от английского словосочетания «augmented reality», что означает «расширенная реальность». Применение AR-технологий позволяет использовать элементы цифровой среды в реальном мире с помощью специальных устройств. [5]

На данном этапе применение сети Интернет в рассматриваемых сферах выгодно для бизнеса, поскольку: снижаются затраты, повышается эффективность работы и ведения бизнеса, облегчается доступ потребителей даже для малого бизнеса.

В 2021 г. на российском рынке появилась обновленная версия WEB-отель, реализованная на основе интернет-технологий информационной системы, предназначенная для автоматизации работы любого объекта размещения (гостиницы, дома отдыха и т. д.), любого размера – от малых отелей и частного сектора до крупных, которые имеют несколько корпусов, расположенных в разных местах. Шахматка-календарь является центром управления системы, которая позволяет на основе графического интерфейса регистрировать все операции. Немаловажно, что она же точка доступа ко всей информации о гостях и номерах. Такая система включает в себя три главных компонента и большое количество дополнительных модулей, таких как управление парковкой, работа с поэтажным планом, SPA салон и др. [6, с. 17-27]

IT-специалисты утверждают, что на сегодняшний день самыми важными технологиями являются те, которые нацелены на прямое взаимодействие с гостями отеля.

Выделяются следующие нововведения в области информационной технологии, которые активно укрепляются в российских отелях:

1. Технология «чип и PIN», когда смарт-карта со встроенным чипом и индивидуальным PINом является идентификационным номером, которая позволяет пользоваться услугами отеля;

2. Внедрение платёжных систем для платежей с мобильных устройств;

3. Переход на систему Eritome PMS. Она помогает просматривать отель в реальном времени, наличие занятых и свободных номеров, основные показатели работы отеля и сравнивать нынешние показатели с бюджетом;

4. CRM (системы управления взаимоотношений с клиентами), продаж, кейтеринга и программ приёма оплаты новых пластиковых карт.

5. Interactive TV Systems (Системы интерактивного телевидения) – на текущий момент существует большое количество разнообразных моделей на любой вкус, например, компания Hoist Technology предоставляет 3 типа интерактивных систем: easy TV, классическую интерактивную систему и IPTV. Чаще всего добавляют контент к этой системе, который сможет улучшить настроение гостя: музыка, фильмы и спутниковые каналы.

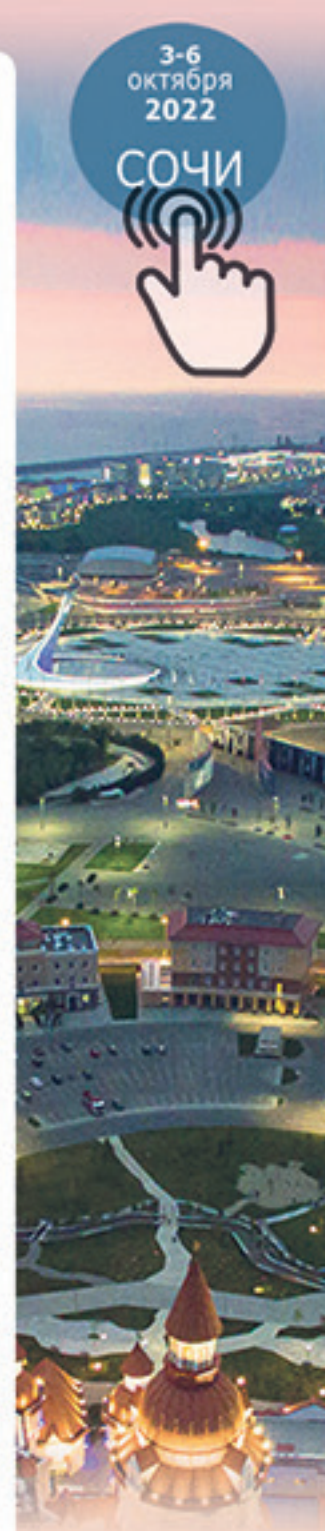
6. Energy Management System (система управления электроэнергией). Благодаря этой технологии отель сможет снизить потребление энергии почти на 30 %. Температура в каждом номере отеля изменяется центральным компьютером. В современных гостиницах каждая зона нуждается в определённом уровне освещения, поэтому автоматизация электроснабжения – это главное преимущество владельца гостиницы.

7. RFID (Radio Frequency Identification). Идентификационный дверной замок. С помощью смартфона гость сможет зайти в комнату и другие помещения. Такая технология популярна в большинстве развитых стран.

8. WI-FI. Это обеспечение быстрого и беспроводного доступа в Интернет. В каждом номере современного отелях есть wi-fi роутер. Сегодня, данная услуга с возможностью подключения к любому устройству в отеле является очень важным условием.

Для успешной и результативной работы отеля неотъемлемым условием является наличие технических средств безопасности. Если менеджер даёт гарантии безопасности, то это является показателем качества сервиса, фактором привлечения клиентов и возможность получить от них лояльности в будущем. Большая часть отелей на данном этапе развития автоматизированы, так как преимущества таких систем очевидны и гостям и отельерам.

Можно сделать вывод, что для развития и роста гостиничного бизнеса в условиях конкуренции очень важно идти в ногу со временем и внедрять в работу инновационные технологии, методы, приёмы в индустрию гостеприимства.



Важные для настоящего моменты технологии обеспечивают высокий уровень обслуживания, расширяют спектр услуг отелей, совершенствуют систему управления, усиливают контроль за работой персонала, помимо этого обеспечивают высокий уровень безопасности для гостей.

- Основные IT-проблемы отечественных отелей.
- Отставание от ожиданий гостей по темпам информатизации.
- Сложное управление рентабельностью инвестиций (ROI) новейших технологий.
- Возникают трудности с финансированием IT-технологий.
- Отсутствие IT-специалистов по информатизации отелей.

Чтобы решить эти проблемы и улучшить управление в гостиничном бизнесе необходимо широкое применение передовых информационных технологий, повышение навыков и умений персонала.

Также важным является развитие кастомизации (оказание услуг, которые отвечают индивидуальным запросам гостя) и нельзя недооценивать эту важную услугу, ведь, это конкурентное преимущество, дополнительные возможности для привлечения туристов. Отельерам следует учитывать ряд факторов, при анализе спроса во внедрении тех или иных нововведений, актуальности тех или иных инноваций. Внедрение передовых продуктов в сфере услуг влечёт за собой внедрение современных, развитых, усовершенствованных процессов предоставления услуг и управления [7, с. 1255-1272]

Тема новшеств и инноваций всегда будет занимать лидирующие позиции в гостиничной индустрии. Предприятия, которые идут в ногу со временем, следят за прогрессом инноваций для своей деятельности и вовремя понимают их необходимость, всегда побеждают в конкурентной борьбе. Также нельзя не отметить важность новых решений и в маркетинговой политике, ведь введение в нее новшеств для удовлетворения новых потребностей потребителей, их изменившихся вкусов, недопущения того, чтобы услуги становились устаревшими, является важной целью данной политики.

Вместе с тем, маркетинговые инновации помогают осваивать новые каналы продаж, повышать узнаваемость и признания бренда, развивать и укреплять отношение с гостями и их лояльность. Из этого следует, что инновационные решения в гостиничной индустрии выполняют три функции

1. Репродуктивную, заключающуюся в многократном использовании полученной от инноваций прибыли в качестве источника ресурсов.
2. Инвестиционную, обусловленную тем, что полученная прибыль может быть использована для финансирования новых инновационных решений.

3. Стимулирующую, которая заключается в большей мотивации предприятия к внедрению инноваций.

Инновационная деятельность туристических и гостиничных организаций должна соответствовать экономическим целям и способствовать их реализации. Залогом повышения конкурентоспособности, борьбы с кризисными явлениями и общего экономического процветания компании является успешно организованная инновационная деятельность гостиницы.

Список литературы

1. Рольгейзер В.А. Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства // Актуальные исследования. – 2021. – № 31(58). – С. 46-50. – URL: <https://apni.ru/article/2755-innovatsionnie-tekhnologii-upravleniya>.
2. Кириллов Д. Куда и зачем гостиничный бизнес внедряет технологии виртуальной и дополненной реальности: информационное издание «Welcome Times». – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/kuda-i-zachem-gostinichnyy-biznes-vnedryaet-tekhnologii-virtualnoy-i-dopolnennoy-realnosti> (дата обращения: 27.09.2022).
3. Комарова К.О. Феномен экономики впечатлений: международный студенческий научный вестник. – URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=13481> (дата обращения: 27.09.2022).
4. Рынок промышленных VR/AR-решений в России Исследование TAdviser [Электронный ресурс]: база знаний о технологиях, ИТ проектах и профессионалах отрасли TADViser. – URL: <http://www.tadviser.ru/index.php> / Статья: Рынок_промышленных_VR/AR_решений_в_России_(исследование_TAdviser) (дата обращения: 28.09.2022).
5. Джанджугазова Е.А. Инновационный комплекс маркетинга гостиницы: семь чувственных нот гостеприимства // Российские регионы: взгляд в будущее». – 2019. – № 3. – С. 17-27.
6. Никольская Е.Ю. Современные технологии управления в индустрии гостеприимства // Сборник материалов международной научной конференции. – Киров. – 2019. – С. 1255-1272.

© Кварцхава Д.И., Дегтярёв П.А., 2022

УДК 004

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ АКТУАЛЬНОСТИ ПРОЦЕССА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ОТНОШЕНИЯ РАБОТНИКОВ РАЗЛИЧНЫХ СФЕР К ДАННОМУ ПРОЦЕССУ

Квеквескири К.С.
магистрант,

Сочинский государственный университет

В настоящее время является крайне актуальной тенденция импортозамещения и перехода как государственных, так и частных предприятий, и бизнеса на отечественное программное обеспечение. Освещены законодательные предпосылки данной тенденции. В статье описываются результаты исследования ситуации с импортозамещением на данный момент и отношение сотрудников ИТ- и не ИТ-сфер к данным процессам.

Ключевые слова: импортозамещение, программное обеспечение, программные продукты, российское программное обеспечение, отечественное программное обеспечение.

Далеко не только ИТ-компании и ИТ-специалисты используют ПО в своей работе – с помощью ИТ-сервисов и программных продуктов сотрудники могут обмениваться информацией, планировать и назначать встречи, вести документацию, управлять финансами и многое другое. Большинство из этих сервисов и программных средств являются продуктами зарубежных разработчиков.

В условиях нестабильной политической ситуации в мире для многих частных компаний сейчас приоритетным является тенденция на импортозамещение программного обеспечения, а для государственных предприятий подобные планы утверждены постановлениями правительства:

Постановление Правительства РФ от 16.11.2015 N 1236 (ред. от 20.07.2021) «Об установлении запрета на допуск программного обеспечения, происходящего из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [1];

Приказ ФНС России от 18.01.2018 N ММВ-7-6/24 «Об утверждении Стратегии ФНС России по импортозамещению ИТ-инфраструктуры и программного обеспечения, применяемых в автоматизированных информационных системах ФНС России, с учётом перехода на преимущественное использование продуктов и решений отечественных производителей» [2];

Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»;

Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. N 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [3];

Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 28.06.2022) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [4];

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [5].

С целью выяснить как складывается ситуация с импортозамещением на практике и каково отношение людей, непосредственно работающих с ПО, было проведено исследование. Материалом для исследования послужили данные анонимного анкетного опроса, в котором принимали участие пользователи социальных сетей и тематических форумов – 170 человек, из них лица женского пола составили 21,1 %, мужского – 78,9 %. Возрастная категория варьируется от 16 до 75 лет, большая часть респондентов находится в возрастном интервале 22–25 лет.

С целью получения исчерпывающей информации были выделены ключевые вопросы:

- Сфера вашей деятельности связана с ИТ?
- Важно ли для вас использование в работе и повседневной жизни российского ПО?

- В вашей компании предпринимаются меры по импортозамещению ПО?
- Насколько актуален вопрос импортозамещения для вашей работы?
- Сталкиваетесь ли вы лично или косвенно (на примере ваших коллег или знакомых) с необходимостью переучиваться/адаптироваться к новым технологиям в связи с процессом импортозамещения?
- Вы используете отечественное ПО в своей работе?
- Вы используете зарубежное ПО в своей работе?
- С какими трудностями, связанными с импортозамещением в IT, вам пришлось столкнуться в своей работе?
- С какими трудностями, связанными с импортозамещением в IT, вам пришлось столкнуться в повседневной жизни?
- В чём, на ваш взгляд, особенности, проблемы, достижения отечественного ПО?
- В чём, на ваш взгляд, особенности, проблемы, достижения зарубежного ПО?

Так же собраны пол, возраст, должность и вид трудоустройства для составления портрета испытуемого.

Среди респондентов в IT работает 72,4 %, в их число вошли: программисты, разработчики, инженеры, QA, системные администраторы, технические писатели, инженеры технической поддержки, дата-аналитики, тим-лиды, инженеры по кибербезопасности, веб-дизайнеры, тестировщики, руководитель проекта, администраторы БД, разработчики интерфейсов и прочие.

27,6 % опрошенных не являются представителями IT-профессий, среди них оказались: бухгалтер, продавец, логист, переводчик, участковый терапевт, медицинский регистратор, заместитель директора детского центра, аниматор, работники ПБО, научные сотрудники, менеджеры, SMM, видеооператор, повар, SEO, самозанятые и студенты.

Подавляющее большинство респондентов из IT сферы официально трудоустроены в российской компании (64,1 %), неофициально на российские компании работают 7,6 %, часть опрошенных работают в зарубежных компаниях: 9,4 % официально и 2,4 % – неофициально. Остальная часть IT-сотрудников являются фрилансерами: 7,6 % из них сотрудничают только с российскими заказчиками, 3,5% – только с зарубежными и оставшиеся 7,6 % работают с любыми заказчиками.



Значимость использования российского ПО в работе и повседневной жизни отмечают для себя только 15,3 % опрошенных от общего числа респондентов (рис. 1).

Важно ли для вас использование в работе и повседневной жизни российского ПО?

170 ответов

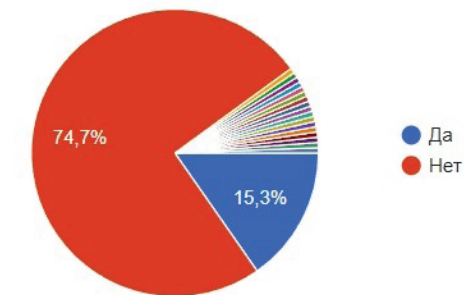


Рисунок 1 – Результаты ответа на вопрос «Важно ли для вас использование в работе и повседневной жизни российского ПО?» (в %)

В разрезе сотрудников IT важность использования отечественного ПО важна для 14 %, ситуация в не связанных с IT сферах немногим выше – 23 %.

При этом гендерное разделение в данном вопросе не имеет никакого значения: процентное соотношение аналогично для обоих полов.

Только 28,4 % сотрудников IT отметили о проводимых мерах по импортозамещению в их компаниях (рис. 2).

В вашей компании предпринимаются меры по импортозамещению ПО?
170 ответов

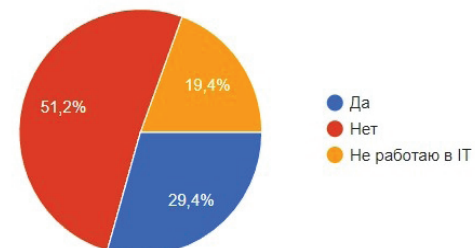


Рисунок 2 – Результаты ответа на вопрос «В вашей компании предпринимаются меры по импортозамещению ПО?» (в %)

При этом часть респондентов отмечают актуальность данного вопроса для своей компании, так как сами являются разработчиками импортозамещающего ПО. Тем не менее, большинство респондентов (60,6 %) предпочли бы использовать в работе зарубежное ПО, предпочтение отечественному отдают только 10,6 %. При этом, значительная часть опрошенных отмечают, что для них в первую очередь в приоритете качество и функционал программных продуктов, а не страна-производитель.

Предпочтение использования отечественного ПО в повседневной жизни так же остаётся на низком уровне – 9,4 % против 63,5 % в пользу зарубежного. Аналогично предыдущему вопросу, респонденты отмечали первостепенность работоспособности, удобства и качества ПО.

В разрезе специальностей респондентов, 11 % опрошенных IT специалистов и 24 % сотрудников не из IT отдали предпочтение отечественному ПО (рис. 3).

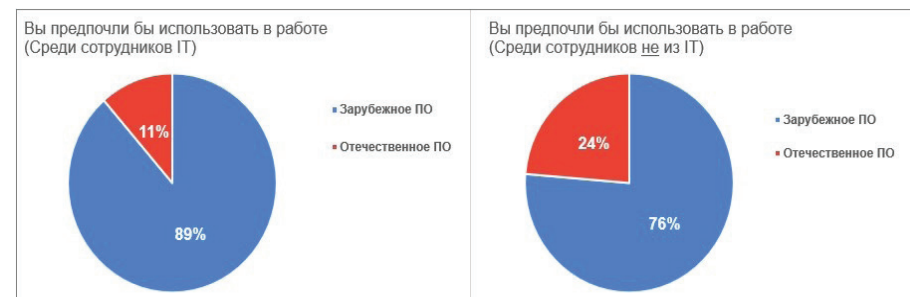


Рисунок 3 – Результаты ответа на вопрос о предпочитаемом ПО в работе в разрезе деятельности респондентов (в %)



Аналогичным образом обстоят дела в повседневной жизни – 11 % и 18 %, соответственно.

В процессе импортозамещения среди сотрудников компании, работающих с уже привычными им технологиями, могут возникать трудности в адаптации к аналогам. Среди испытуемых из IT сферы с подобного рода проблемами сталкиваются 21,8 % и только 8,8 % из других профессий (рис. 4).

Сталкиваетесь ли вы лично или косвенно (на примере ваших коллег или знакомых) с необходимостью переучиваться/адаптироваться к новым технологиям в связи с процессом импортозамещения?
170 ответов

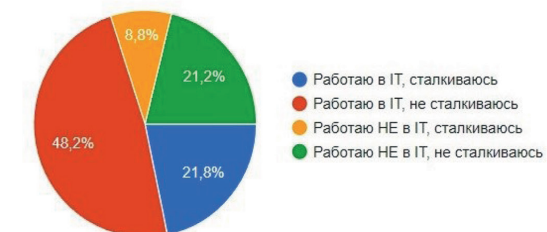


Рисунок 4 – Результаты ответа на вопрос «Сталкивались ли вы лично или косвенно с необходимостью переучиваться или адаптироваться к новым технологиям в связи с процессом импортозамещения?» (в %)

Как выяснилось по результатам исследования, большинство респондентов не используют в работе отечественное ПО, среди сотрудников российских компаний его использует только 29 %, среди фрилансеров – 20 %.

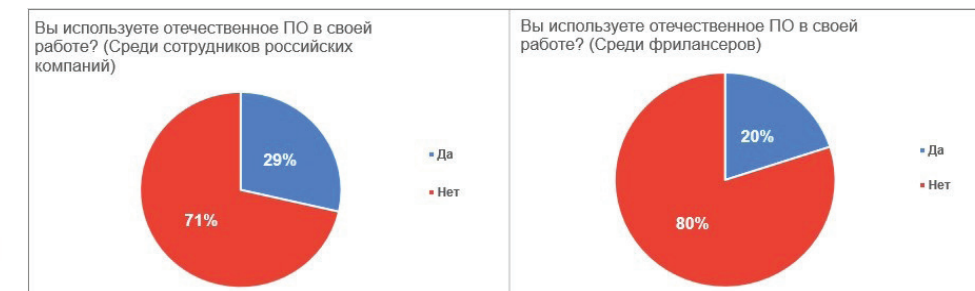


Рисунок 5 – Результаты ответа на вопрос «Вы используете отечественное ПО в своей работе?» в разрезе вида трудоустройства респондентов из IT (в %)

В числе связанных с импортозамещением в IT трудностей, с которыми пришлось столкнуться в работе, испытуемые отвечают следующее:

- необходимость переучиваться самим и обучать сотрудников к новым непривычным технологиям;
- необходимость привыкать к ПО зачастую худшего качества, недружественного интерфейса, ограниченного функционала;
- ограничения в закупке техники и ПО, прекращение поставок;
- трата времени на перенос инфраструктуры;
- отсутствие отечественных маршрутизаторов и межсетевых экранов;
- невозможность оплаты лицензий.

Относительно трудностей в повседневной жизни респонденты выделили для себя следующее:

- множество ресурсов перестали быть доступны, аналогов нет;
- ограничение в покупке ПО для личного пользования напрямую;
- отключение облачных продуктов и образовательных платформ;
- необходимость использования VPN.

Ответы на вопрос об особенностях, проблемах и достижениях отечественного ПО можно сгруппировать на следующие блоки:

- отечественное ПО разрабатывается за гораздо меньший период времени, нежели чем зарубежное, в связи с чем может уступать второму по качеству создаваемых ПП;
- зачастую представляет собой не самостоятельную разработку, а создаётся уже на основе аналогичного зарубежного ПО;
- быстрое развитие отрасли;
- большое количество недоработок, проблем, сбоев из-за того, что большая часть отечественных ПО появились относительно недавно;
- российское ПО для внешнего рынка создаётся гораздо качественней, чем для внутреннего;
- наличие хороших специалистов, которые хотят и могут делать хорошие и сложные продукты;
- наличие хорошего качественного ПО, которое не покрывает весь спектр пользовательских потребностей, оно не является универсальным, используется ограниченно и узкоспециализировано (примеры ПП: Компас, КriptoПро; примеры ОС: Astra Linux).

Ответы на вопрос об особенностях, проблемах и достижениях зарубежного ПО можно в свою очередь сгруппировать на следующие блоки:

- большое разнообразие и выбор ПО под любые пользовательские потребности, большее количество предоставляемых функций;
- глобализованная система распространения;
- наличие рисков, связанных с доступностью (обновлением) и безопасностью;



- наличие аппаратного обеспечения и современных техпроцессов;
- сложность получения для российских пользователей;
- проприетарность;
- большое community пользователей;
- высокая стоимость, система подписок и лицензий;
- большой опыт разработки;
- возможность языкового барьера, не все ПО локализовано;
- отсутствие адаптивности под национальные рынки каждого отдельного государства.

Таким образом, проведённое исследование позволило установить, что, несмотря на ведущуюся политику импортозамещения, большинство пользователей в настоящий момент не готовы к этому и предпочли бы продолжать использовать привычное для себя ПО как в работе, так и в повседневной жизни – данные результаты одинаково характерны как для сотрудников IT-сферы, так и для работников, не связанных с IT. При этом у пользователей не отмечается предвзятого отношения к ПО по признаку страны-производителя, предпочтение отдаётся качественным, удобным и многофункциональным продуктам, независимо от страны происхождения.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 16.11.2015 N 1236 (ред. от 20.07.2021) «Об установлении запрета на допуск программного обеспечения, происходящего из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_189116/ (дата обращения: 27.08.2022).
2. Приказ ФНС России от 18.01.2018 N ММВ-7-6/24 «Об утверждении Стратегии ФНС России по импортозамещению ИТ-инфраструктуры и программного обеспечения, применяемых в автоматизированных информационных системах ФНС России, с учетом перехода на преимущественное использование продуктов и решений отечественных производителей». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_288474 (дата обращения: 07.09.2022).
3. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216629/ (дата обращения: 27.08.2022).
4. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. N 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» URL: <https://mvd.consultant.ru/documents/1056500> (дата обращения: 02.09.2022).
5. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 28.06.2022) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/2c1e3551b4209a9fa5744534f7525ac7430624eb/ (дата обращения: 27.08.2022).
6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 02.08.2022).

© Квеквескири К.С., 2022

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В КРЫМУ

Кирильчук С.П.

*доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой экономики Института экономики и управления,
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»*

Шамилева Э.Э.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики Института экономики и управления,
Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»*

В статье дана оценка текущего уровня развития сферы туризма в Республике Крым, проанализированы меры государственной поддержки, оказываемые субъектам туристской деятельности в регионе, выявлены проблемы в устойчивом развитии туристических предприятий. Рассматриваются также задачи государства относительно устойчивого развития туристических предприятий, оценка их воздействия на экономику региона. Сформулированы основные рекомендации для прогрессивного развития туристско-рекреационного комплекса Республики Крым в системе национального туризма Российской Федерации.

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационная сфера, индустрия туризма, устойчивое развитие, развитие сферы туризма.

В настоящее время в социально-экономических исследованиях крымского регионального туризма достаточно активно прорабатывается вопрос о необходимости развития индустрии туризма, что отмечается практически во всех документах инвестиционного развития туристско-рекреационной сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и региональном уровнях управления Республики Крым. Это значит, что задачи государства относительно устойчивого развития туристических предприятий, оценка их воздействия на экономику региона, а также управления развитием структурных образований в сфере туризма приобретают всё большую актуальность.

Научными изысканиями в области индустрии туризма занимались многие выдающиеся учёные.

Наиболее широко представлены исследования взаимодействия туристско-рекреационной сферы и экономики региона, в т. ч. с учётом некоторых положений теории устойчивого развития туристических предприятий, в работах таких российских и зарубежных учёных, как: К.И. Арбузова, Б. Арчер, Э. Гор, А.Г. Гранберг, В.И. Данилов-Данильян, Н.Г. Киреев, В.А. Коптюг, В.К. Левашов, М.Я. Лемешев, К.С. Лосев, Ю.Г.



Марков, В.М. Матросов, Д. Медоуз, Н.Н. Моисеев, Г. Мюрдаль, Х.В. Опашовски, А. Пигу, А.Д. Урсул, А.П. Федотов, В. Фрейер, П.П. Чуваткин, А.М. Шелехов и др.

Однако результаты исследований как западных, так и российских специалистов применимы лишь к решению проблем в условиях стабильной и сформировавшейся рыночной экономики, и нуждаются в адаптации к специфике региональной индустрии туризма Республики Крым.

Вместе с тем, развитие индустрии туризма крымского региона, в соответствии со спецификой российского законодательства, всё ещё остаётся малоизученной, особенно в отношении реформирования существующих направлений развития туризма на основе сочетания рыночных механизмов как муниципального, так и регионального управления.

Цель исследования заключается в исследовании актуальных вопросов устойчивого развития индустрии туризма.

Теоретической и информационной основой исследования послужили официальные программные разработки на федеральном и региональном уровнях по развитию туризма, правовые акты, нормативно-методические документы, материалы монографических исследований, материалы научных конференций. В исследовании использованы следующие методы научного исследования: теоретического обобщения, системного анализа, диалектического метода познания.

Концепция устойчивого развития получила широкое международное признание после Конференции ООН по окружающей среде и развитию, проходившей в Рио-де-Жанейро 3–14 июня 1992 г., на которой была принята «Повестка дня на XXI век». В России реализация концепции устойчивого началась в 1996 г. с Указа Президента РФ «О Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» Принципы устойчивого развития туризма нашли отражение и в Глобальном этическом кодексе туризма, работа над которым была начата экспертами ВТО ещё в 1997 г. [1].

Законодательная база деятельности туристической отрасли заложена Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Его содержание указывает на то, что он является основополагающим законодательным актом, определяющим общие правовые, организационные и социально-экономические основы реализации государственной политики в области индустрии туризма, всесторонне регламентирует туристическую деятельность в Российской Федерации, создаёт условия для стимулирования деловой активности субъектов туристического предпринимательства, обеспечивает оптимальный уровень государственного регулирования процесса развития отечественного туризма [2, 3].

Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путём создания нормативных правовых актов, локальных программ направленных на развитие предпринимательства в сфере индустрии туризма, а также прямых ассигнований как из регионального так и федерального бюджета на разработку и реализацию целевых программ развития туризма в Республике Крым.

Одним из инструментов реализации государственной политики в сфере является концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», определяющая государственную политику в туристической отрасли на период 2019–2025 гг. утверждённая распоряжением Правительства РФ от 05.05.2018 г. № 872-р. Таким образом, органы государственной власти реализуют взаимодействие с туристской индустрией через механизмы реализации политики в этой сфере. Данный механизм состоит из разработки концепции развития отрасли; составления целевых программ по развитию туризма как на уровне государства в целом, так и отдельного субъекта; разработки конкретных мероприятий по достижению поставленной цели, а также государственного регулирования туристской деятельности [3, 4].

Концепция устойчивого развития туристических предприятий основывается на возможном экономически эффективном развитии крымского региона, обеспечивая рациональное использование ресурсов окружающей среды, развитие социально-культурных особенностей региона, используя эффективность и жизнеспособность долгосрочных экономических и инвестиционных процессов для восстановления индустрии туризма и совершенствования технологий производства туристских услуг.

Ежегодно Республика Крым принимает в среднем от 4 до 6 млн как отечественных, так и иностранных туристов: В 2021 г. в Крыму отдохнуло более 5,2 млн туристов, что в 1,5 раза больше, чем отдохнуло в Крыму за лето 2020 г., и на 15 % больше, чем отдохнуло в Крыму за аналогичный период 2019 г. На «пляжный» (морской, водный) туризм, по официальным данным, приходится 75 % общего объёма спроса деятельности туристических организаций [5, 6].

Несмотря на отмеченные многие положительные тенденции в развитии индустрии туризма в Крыму имеется также ряд сдерживающих факторов, таких как: политическая нестабильность, проблемы транспортной доступности (отсутствие авиасообщения); сезонный кратковременный характер туризма с пиком посещений в тёплое время года и, как следствие, высокая стоимость предоставляемых туристических услуг при достаточно низком уровне качества и сервиса в целом, пандемия коронавирусной инфекции.



Необходимо отметить, что в настоящее время главной проблемой в устойчивом развитии туристических предприятий является недостаток знаний и инструментов реализации принципов устойчивости на практике. В современной теории выделяют ряд принципов, при соблюдении которых может быть обеспечено устойчивое развитие туристических предприятий. Выделим некоторые из них [7]:

1. Необходимость придать развитию устойчивый и долговременный характер, что позволит продлить жизненный цикл туристической услуги, не лишая при этом будущие поколения возможности удовлетворять свои потребности.

2. Имеющиеся ограничения в области эксплуатации природных ресурсов относительно. Они связаны с современным уровнем техники и социальной организации, а также со способностью биосферы справляться с последствиями человеческой деятельности.

3. Необходимость в удовлетворении элементарных потребностей всех потребителей туристического продукта, а также предоставление возможности реализовывать свои надежды на более благополучную жизнь. Без этого устойчивое и долговременное развитие попросту невозможно.

Финансовые возможности потребителей курортных услуг – это важный аспект для формирования маркетинговой политики. Согласно маркетинговому исследованию, проведённому Ассоциацией курортов Крыма в период летнего сезона 2019–2020 гг., среднемесячный доход на семью у отдыхающих, приехавших в Крым, составил от 91 до 100 тыс. руб. – 20,59 %. Далее, в порядке уменьшения: доход от 61 до 70 тыс. руб. – 11,99 %, от 51 до 60 тыс. руб. – 11,05 %, от 51 до 60 тыс. руб. – 8,12 %, от 141 до 150 тыс. руб. – 6,33 %, от 31 до 40 тыс. руб. – 6,04 % [5].

Однако в результате изменений в современном экономическом развитии России, связанном и с развитием новой коронавирусной инфекции, напряженной международной обстановкой было бы целесообразно правильно диверсифицировать инвестиции в туристские программы по развитию малого бизнеса, что поспособствует снижению стоимости услуг размещения для привлечения большего количества туристов.

Это является важным обстоятельством, поскольку из-за снижения цен на проживание возникает возможность расширения ассортимента, увеличения объёмов реализации других услуг и в конечном случае – рост доходов туристско-рекреационного комплекса в целом [7].

В результате проведённого исследования выявлено, что современное состояние и перспективы развития сферы индустрии туризма, а также высокая социально-экономическая значимость и связь с категориями общественных благ не позволяют в полной мере развивать

рыночные отношения без активизации роли государства в процессах управления развитием индустрии туризма, что связано не только со спецификой развития отечественного туризма, но и наличием мирового опыта сочетания рыночной мотивации и выполнения социальных и экономических функций муниципальных и региональных учреждений. Основные нормативные положения и практические рекомендации по управлению устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма. С целью регулирования и развития туристической отрасли было бы целесообразно правильно диверсифицировать инвестиции в туристские программы по развитию малого бизнеса и прямой поддержки субъектов индустрии туризма через механизм субсидирования и грантовой поддержки. Реализация кластерного подхода в программах туристско-рекреационного освоения региона – это качественная переориентация туристского бизнеса региона на обслуживание внутреннего туризма.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке
Министерства науки и высшего образования Российской Федерации,
программа «Приоритет-2030» № 075-15-2021-1323.*

Список литературы

1. Закон Республики Крым от 14 августа 2014 г. N 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // URL: <https://mtur.rk.gov.ru/document/show/173> (дата обращения 02.09.2022).
2. Закон Республики Крым от 28 января 2015 г. N 76-ЗРК/2015 «О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях Республики Крым» (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс] // URL: <https://mtur.rk.gov.ru/document/show/174> (дата обращения 02.09.2022).
3. Официальный портал Министерства курортов и туризма Республики Крым / Статистические данные. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14> (дата обращения 02.09.2022).
4. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.mssiatourism.ru> (дата обращения 02.09.2022).
5. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (дата обращения 02.09.2022).
6. Шамилева Э.Э. Концепция устойчивого развития индустрии туризма Республики Крым // «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского»: материалы I Научной конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых. – Симферополь. – 2015. – С. 43-45.

© Кирильчук С.П., Шамилева Э.Э., 2022



АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПЛАНИРОВАНИЯ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»

Кириченко И.А.

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры менеджмента и инноваций
Московского государственного
строительного университета*

Моисеенко Н.В.

*кандидат экономических наук, научный сотрудник
Центра государственного регулирования,
инвестиционного и институционального развития
Всероссийской академии внешней торговли*

Стратегические экономические приоритеты определены в Указе Президента России от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Достижение национальных целей и перспективных направлений развития осуществляется путём реализации национальных проектов – комплексных программ, имеющих общенациональную значимость и призванных вывести приоритетные отрасли на новый уровень. Сфера туризма с точки зрения национальных целей имеет сквозной характер, способствуя реализации комплекса стоящих перед российской экономикой задач, взаимосвязь которых будет рассмотрена в данной статье.

Ключевые слова: национальный проект, федеральные проекты, туризм, индустрия гостеприимства, инфраструктура, услуги, управление.

Принятый в 2021 г. национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» содержит мероприятия, направленные на достижение национальных целей Российской Федерации, определенных в указе Президента № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», имеет общенациональную значимость и призван вывести сферу туризма на новый уровень развития.

В структуру национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» входят три федеральных проекта: федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры», федеральный проект «Повышение доступности туристических продуктов», федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма». Достижение целей и задач национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» характеризуется 25 показателями.

В федеральном проекте «Развитие туристской инфраструктуры» заложен комплекс мер, направленных на развитие туристической инфраструктуры, включая строительство и реконструкцию туристических комплексов, в том числе – коллективные средства размещения, обустройство туристических маршрутов, развитие городской туристической среды. Инструментарий федерального проекта направлен на создание новой современной туристической инфраструктуры за счёт привлечения в отрасль инвесторов.

В рамках федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» планируется десять показателей. Из них четыре характеризуют мощности туристических комплексов и коллективных средств размещения, два – поддержку инициатив по развитию туристической инфраструктуры; два – инвестиции в проекты развития туристической инфраструктуры; один – результаты предоставления государственных мер поддержки в виде субсидии субъекту РФ, связанной с поощрением муниципальных образований, один – меры государственной поддержки по льготному кредитованию инвестиций в реконструкцию коллективных средств размещения.

Федеральный проект «Повышение доступности туристских услуг» содержит меры по расширению спроса и повышению доступности туристических услуг, в том числе – меры по повышению узнаваемости страны, обеспечению информацией заинтересованных лиц о расширении сети туристических маршрутов в разных направлениях, о достопримечательностях. Одним из базовых решений для этого направления является развитие цифровых решений, по расширению возможностей национального туристического онлайн портала, содержащего актуальную и проверенную информацию об объектах показа, музеях, точках притяжения, гостиницах и иных сервисах.

Результаты реализации федерального проекта «Повышение доступности туристических продуктов» оцениваются семью показателями: из них – три показателя, характеризующих динамику пользования услугами сферы туризма; три – отражают результаты мер по расширению базы сферы туризма доступной пользователям в информационном пространстве, включая адаптацию рынкам-донорам объектов туристской инфраструктуры; один – меры государственной поддержке событийным массовым спортивным и культурно-зрелищным мероприятиям.

В федеральном проекте «Совершенствование управления в сфере туризма» собраны меры от совершенствования нормативно-правовой базы в сфере туризма до подготовки кадров. В рамках федерального проекта планируется восемь показателей: три показателя в сфере подготовки кадров и развития кадрового потенциала отрасли, три показателя – со-



вершенствование нормативно-правовой базы, включая защиту прав потребителей туристских услуг; два показателя – результаты мер государственной поддержки предпринимательства в сфере туризма по направлению её цифровизации.

Интеграция национальных проектов в систему государственного управления Российской Федерации обуславливается их направленностью на достижение национальных целей развития Российской Федерации. В соответствии с Федеральным законом от 28.06.2014 N 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» национальные проекты интегрируются с государственными программами Российской Федерации. В этих целях федеральные проекты, которые являются составляющими национальных проектов, включаются в подпрограммы соответствующих государственных программ. При этом федеральные проекты одного и того же национального проекта, в зависимости от его специфики, могут быть включены как в одну, так и в несколько государственных программ.

Интеграция национальных проектов понимается авторами по двум направлениям.

В первом – показатели проектов интегрированы в структуру показателей национальных целей. Это предполагает либо суммирование значений показателей отдельных проектов при расчете показателей национальных целей, либо реализация мероприятий отдельных проектов, обеспечивающих соответствующий «вклад» в достижение показателей национальных целей, исчисляемый в долях (процентах). Такой подход предполагает существенную автономность реализации проектов. В таблице 1 представлены показатели национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», интегрированные с показателями других национальных проектов.

К такого рода интеграционным связям можно отнести: для показателя «Увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых, до 25 млн. человек» – национальные проекты «Туризм и индустрия гостеприимства» (показатель «Средняя численность работников туристической индустрии») и «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»; для показателя «Реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров не менее 70 % по сравнению с показателем 2020 г.» – национальные проекты «Туризм и индустрия гостеприимства» (показатель «Экспорт туристских услуг») и «Международная торговля и экспорт» (показатель федеральных проектов ««Промышленный экспорт» и «Экспорт продукции АПК»). Вклад в достижение значений

показателей «Увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95 %» оценивается показателями национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», а именно: «Доля федеральных мер поддержки туристической отрасли, доступных в электронном виде (предоставление мер поддержки без необходимости личного посещения государственных органов и иных организаций, онлайн)» и «Доля государственных услуг, государственных функций, оказываемых (осуществляемых) в туристской отрасли в цифровом (безбумажном) виде в том числе через портал ЕПГУ» и национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации».

Таблица 1

Интеграция показателей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» с показателями других национальных проектов

№ п/п	Национальные цели и целевые показатели, на достижение которых влияет национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»	Другие национальные проекты, нацеленные на достижения этих показателей
1.	Возможности для самореализации и развития талантов	
1.1.	Создание условий для воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций	Национальный проект «Образование», Национальный проект «Культура»
1.2.	Увеличение числа посещений культурных мероприятий в три раза по сравнению с показателем 2019 года	Национальный проект «Культура»
1.3.	Формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся	Национальный проект «Образование»



2.	Достойный эффективный труд и успешное предпринимательство	
2.1.	Реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров не менее 70 процентов по сравнению с показателем 2020 года	Национальный проект «Международная торговля и экспорт»
2.2.	Увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых, до 25 млн человек	Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»
3	Комфортная и безопасная среда для жизни	
3.1.	Улучшение качества городской среды в полтора раза	Национальный проект «Жилье и городская среда»
4.	Сохранение населения, здоровья и благополучие людей	
4.1.	Повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет	Национальный проект «Демография», Национальный проект «Здравоохранение»
5.	Цифровая трансформация	
5.1.	Достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления	Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации»
5.2.	Увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95 %	Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации»

Источник: составлено авторами по данным паспортов национальных проектов.

Другое направление интеграция проектов предполагает пространственную, временную и ресурсную согласованность (взаимовязку) мероприятий и показателей разных проектов. Такая интеграция ограничивается составом мероприятий проектов, наличием соответствующих методик оценки показателей и результатов проектов и их информационного обеспечения.

Сфера туризма и экскурсий как вид досуговой деятельности во многом связана со сферой культуры. Взаимосвязь этих отраслей в зависимости от целей и задач отражена в решениях правительства, касающихся их развития. Так например, целью государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма», утверждённой Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 317, была определена реализация стратегической роли культуры как духовно-нравственного основания для формирования гармонично развитой личности, укрепления единства российского общества и российской гражданской идентичности, а также комплексное развитие туризма для приобщения граждан Российской Федерации к культурному и природному наследию с учётом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации». В соответствии с целями в структуру государственной программы были объединены мероприятия в составе соответствующих подпрограмм по развитию культуры и развитию туризма, а также меры по обеспечению условий реализации государственной программы.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р утверждена Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. Вопросам направления культуры в ней уделено особое внимание. Связь со сферой культуры заложена в принципах стратегии, определяющими социальную значимость развития туризма в Российской Федерации в том числе:

- использование комплексного подхода при развитии туризма, учитывающего экономические, социальные, культурные, экологические и другие аспекты развития туристской деятельности;
- усиление роли туризма в патриотическом воспитании, просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации;
- обеспечение межкультурной коммуникации, межрегионального и международного взаимодействия при развитии туризма;
- формирование и развитие туристского продукта Российской Федерации с учетом природного, культурного, этнического разнообразия регионов России.

Так, для развития культурно-познавательного туризма определены инструменты: развитие национальных и региональных информационных ресурсов и цифровых сервисов для культурно-познавательного туризма, цифровых аудио- и видеогидов и совершенствование системы мер государственной поддержки по компенсации хозяйствующим субъектам части затрат, понесённых в связи с производством реставрационных работ на объектах культурного наследия на туристских территориях.



Вместе с тем в паспорте национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» связи с Государственной программой «Развитие культуры» и национальным проектом «Культура» не упоминается. В то же время в паспорте национального проекта «Культура» связь с государственной программой «Развитие культуры и туризма» определена. Это даёт основание полагать о наличии потенциала для интеграции проектов. Одним из таких направлений могло бы стать разработка методического обеспечения и оценки показателя «Пропускная способность многофункциональных туристических комплексов» национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», в котором могли быть учтены не только пропускная способность коллективных средств размещения, но и объектов культуры (в т. ч. музейных и выставочных комплексов). Формирование системы мероприятий по созданию и развитию туристических комплексов может способствовать синхронизации планов по созданию объектов туристской и обеспечивающей инфраструктуры и объектов культуры существенному снижению инвестиционных рисков для всех участников развития туристских территорий.

В части сферы образования (национальный проект «Образование») связка просматривается в комплексе мероприятий национального проекта «Культура»: «число участников культурно-просветительских программ для школьников», как показатель отражающий направление «Детский туризм», для развития которого требуется формирование специальных мер государственной поддержки. Однако в проекте эти связи не описаны.

Существенной проблемой, по мнению авторов, является вопрос информационного обеспечения национальных проектов. Изменения, которые вносятся в паспорта проектов и затрудняют работу с ними. Так, за последние два неполных года в паспорте проекта «Культура» из 13 показателей оставлены без изменений только три. Остальные либо переформатированы, либо исключены, либо заменены в том числе – целевые показатели, а общее количество показателей сократилось до 10. По национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства», реализация которого началась в 2021 г. также вносились изменения. В частности, из него были исключены показатели «Число участников культурно-просветительских программ для школьников» и «Количество поддержанных творческих инициатив и проектов» и «Число обращений к цифровым ресурсам» (эти показатели включены в паспорт национального проекта «Культура»). Такие изменения свидетельствуют о недостатках качества планирования.

В результате проведённых авторами анализа паспортов национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на предмет взаимосвязи задач, показателей и результатов Федеральных проектов «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов», «Совершенствование управления в сфере туризма» было установлено следующее. По Федеральному проекту «Развитие туристической инфраструктуры» 3 показателя из 7 полностью обеспечены результатами, 4 – обеспечены частично. При этом в паспорте федерального проекта содержатся 19 из 45 результатов, которые не оказывают существенное влияние на показатели проекта. По федеральному проекту «Повышение доступности туристических продуктов» – 7 показателей из 9 полностью обеспечены результатами, 1 – обеспечен частично, а по показателю «Количество поддержанных творческих инициатив и проектов» результаты, направленных на его достижение не запланированы. По проекту «Совершенствование управления в сфере туризма» – 7 показателей из 8 полностью обеспечены результатами, 1 – обеспечен частично.

Это даёт основания ожидать, что в дальнейшем корректировки проектов продолжатся.

Большое число изменений, вносимых в паспорта федеральных проектов, связанные с корректировкой плановых значений результатов, названий результатов, формулировок задач, на качество их достижения и возможность оперативного мониторинга. Кроме того, изменения, вносимые в проекты, затрудняют процесс количественной оценки влияния достижения плановых показателей проектов на решения задач и достижения национальных целей в рамках одного проекта связи с отсутствием необходимого количества ретро наблюдений. Для интеграции проектов эта проблема может явиться серьёзным препятствием поэтому методическое и информационное обеспечение этой сферы планирования, по мнению авторов, нуждается в существенном совершенствовании.

С вносимыми в паспорта федеральных проектов изменениями связана и необходимость пересмотра системы статистического учёта. Положение осложняется тем, что: во-первых, по большинству показателей национальных проектов наблюдений ранее не осуществлялось, в связи с этим получение достаточно надежных количественных оценок влияния факторов на достижение показателя на основе ретроспективного анализа не представляется возможным; во-вторых, изменение показателей влечёт за собой необходимость организации нового статистического учёта, а это требует времени,



в результате данные начинают поступать со значительной задержкой, что недопустимо для осуществлении мониторинга достижения показателей национального проекта и приводит к невозможности оперативного принятия обоснованных управленческих решений.

Как показывает практика изменения показателей национальных проектов и связанные с ними изменения статистического учёта затрудняют разработку прогнозного инструментария для оценки ожидаемой динамики изменения значений показателя, а также могут служить причиной высокой степени погрешности при их планировании на следующий отчётный период. Проведённый анализ возможности построения математических моделей на основе для прогнозирования показателей национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» показал, что имеющаяся статистика по основным показателям проекта имеет временные ряды в месячном измерении, начиная с января 2022 года, за исключением «Число туристских поездок» (с 2020 г.) и «Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию» (квартальная с 2014 г.) и «Количество номеров в классифицированных средствах размещения» (годовая с 2002 г.). Таким образом разработка моделей для оперативного ежемесячного прогнозирования пока не представляется возможной.

Проблемы достижения плановых показателей проектов связаны с рисками их реализации, которые имеют многоплановый характер. Недостижение значений показателей или нарушение сроков реализации одного проекта могут быть причиной недостижения целей другого проекта. Такие межпроектные риски могут иметь место при реализации мероприятий для достижения плановых значений комплексных показателей, таких как «Пропускная способность многофункциональных туристических комплексов», в систему ответственности за реализацию которой могут входить несколько ведомств: Ростуризм, Минстрой России и Министерство культуры России.

Таким образом, интеграция национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» с другими национальными проектами связана с целым комплексом проблем, обусловленных имеющимися недостатками системы разработки национальных проектов и государственных программ и затрагивает вопросы: методического обеспечения разработки и оценки значений показателей проектов, информационного обеспечения проектов, недоработками в системе оценки связей и влияния результатов на достижение плановых показателей проектов. В этой связи целесообразна разработка методического инструментария по оценке и учёту влияния показателей различных проектов на стадии их разработки, а также возможных рисков в процессе их реализации.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
2. Паспорт Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».
3. Паспорт Федерального проекта «Развитие туристской инфраструктуры».
4. Паспорт Федерального проекта «Повышение доступности туристских услуг».
5. Паспорт Федерального проекта «Совершенствование управления в сфере туризма».
6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р (утверждение Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.).
7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 07 февраля 2022г. № 187-р (изменение в стратегию развития туризма в Российской Федерации до 2035 г.).
8. Паспорт Национального проекта «Культура».
9. Паспорт Федерального проекта «Обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры («Культурная среда»)».
10. Паспорт Федерального проекта «Создание условий для реализации творческого потенциала нации («Творческие люди»)».
11. Паспорт Федерального проекта «Цифровизация услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры («Цифровая культура»)».
12. Паспорт Национального проекта «Международная торговля и экспорт».
13. Паспорт Федерального проекта «Промышленный экспорт».
14. Паспорт Федерального проекта «Экспорт продукции АПК».
15. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 августа 2022 г. № 2321-р (утверждение плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.).
16. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг., утв. Минфином России. Электронный ресурс: URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=308390#OILheGT600N0B6iA> (дата обращения 22.08.2022).
17. Маршова Т.Н., Моисеенко Н.В. «Риски реализации национальных проектов (на примере Национального проекта «Культура»)» // Вестник МПГУ. – 2021. – № 4. – С. 20-40. DOI: 10.25688/2312–6647.2021.30.4.2.

© Кириченко И.А., Моисеенко Н.В., 2022

УДК 304.4

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Клещева Ю.С.

кандидат экономических наук, доцент,
Кубанский государственный университет

Кутенёва А.А.

студентка,
Кубанский государственный университет

В статье рассмотрено понятие «корпоративная культура» и её основные компоненты, этапы становления корпоративной культуры в России, её тенденции и особенности. Проведён анализ социологического опроса топ-менеджмента российских компаний на тему важности влияния корпоративной культуры на деятельность организации, а также на предмет понимания



её сущности. В результате проведённого в статье исследования было установлено: парадоксальное противоречие, заключающееся в понимании важности корпоративной культуры топ-менеджментом при этом неглубоком понимании её сущности, а также, что российская модель корпоративной культуры находится на стадии своего формирования. Чтобы ускорить процесс развития корпоративной культуры России необходимо учитывать систему ментальных ценностей, формировавшихся на протяжении столетий.

Ключевые слова: корпоративная культура, организация, система ценностей, поведение.

Актуальность определения зависимости эффективной работы организации от влияния корпоративной культуры на развитие организации состоит в том, что в современной экономической ситуации смены ценностных парадигм корпоративная культура становится одним из ключевых компонентов установления стабильности в деятельности организации и её дальнейшего развития. Цель настоящей статьи заключается в том, чтобы определить, степень влияния, которое оказывает корпоративная культура на развитие организации и тенденции её развития в России.

Впервые о корпоративной культуре заговорили в развитых странах в начале XX века, из-за потребности создания эффективных взаимосвязей внутри организации и корпораций. В настоящее время корпоративная культура является необходимым фактором для постоянного развития организации и включает в себя совокупность моделей поведения работников в организации, сложившихся традиций и ритуалов. Основными компонентами корпоративной культуры можно обозначить следующие:

1. Система коммуникаций между работниками.
2. Сложившаяся в организации система лидерства.
3. Роль сотрудника в организации, корпоративный устав.
4. Система разрешения конфликтов.
5. Корпоративная символика.

Вышеупомянутые компоненты корпоративной культуры непосредственно влияют на эффективную работу организации и подразумевают выражение главных ценностей в компании, системе менеджмента и кадровой политике.

Наиболее полно, по нашему мнению, корпоративную культуру характеризует следующее определение – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих определённой компании, отражающих её индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды [1]. На основании данного определения проанализируем становление российской

модели корпоративной культуры. Во времена СССР корпоративная культура развивалась довольно однообразно из-за недостаточного внимания к ней со стороны высшего руководства организаций и правительства. Единственной отличительной чертой корпоративной культуры в СССР было то, что государство создавало «чувство защищённости» работников, предоставляя социальные гарантии. У каждой профессии была своя роль в обществе, своя функция, при этом не было различий между организациями по причине тотальной государственной собственности.

После распада СССР в России начала формироваться новая модель. Корпоративную культуру современной России можно охарактеризовать как подражающую европейскому типу, зачастую прямое копирование ценностей Запада. Подстраиваясь под европейскую культуру, мы переняли стиль управления и другие черты корпоративной культуры Запада. Однако, это не дало должного эффекта, это не помогло создать стабильных производственных и предпринимательских ориентаций и установок. Есть множество причин, из-за которых сложилась данная ситуация:

1. Россия была не готова к такой быстрой замене системы ценностей. Традиционная система ценностей и новая культура столкнулись между собой. Не был создан фундамент, на котором бы взаимодействовали привычные нам ценности и новая культура, усиливая друг друга.
2. Российская система ценностей и менталитет больше похожи на восточный тип культуры, в то время как российские реформы были направлены на создание модели, похожей на западную.
3. В России имеется несоответствие пространства и времени. К огромным пространствам страны применяются западные мерки времени, а темпоритмы Запада и России не совпадают. Мы живём в своем природно-обусловленном темпе. Поэтому попытки существенно повысить эффективность производства на многих российских предприятиях зачастую не приводят к успеху.

Во многом, по этим причинам в современной российской действительности многие менеджеры сталкиваются с трудностями по развитию корпоративной культуры. Более того, значительный процент топ-менеджеров России не понимает, насколько она важна для успешного функционирования. Это наглядно демонстрируют результаты опроса международной консалтинговой фирмы Oliver Wyman, который был проведён с января по март 2019 г., и, в котором приняли участие 15 опытных менеджеров, среди которых были руководители крупных компаний и эксперты. В опросе они давали оценку уровня развития корпоративной культуры в России. Исходным пунктом стала идея о том, что повышение уровня корпоративной культуры является инструментом реализации организационной стратегии.



На рисунках 1 и 2 показаны ответы топ-менеджмента российских компаний, принявших участие в опросе международной консалтинговой компании «Oliver Wyman» [7].

■ Важна ■ Не важна ■ Затрудняюсь ответить

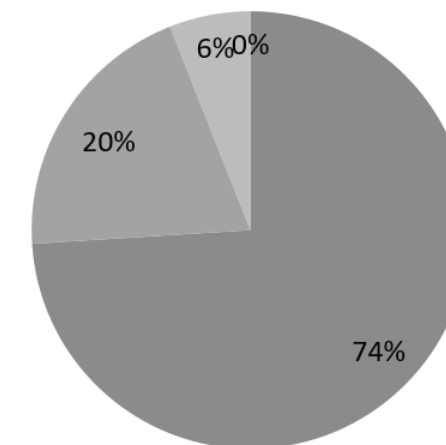


Рисунок 1 – Насколько важна роль корпоративной культуры для достижения целей?

В опросе 74 % менеджеров отмечают, что для развития организации и достижения поставленных целей корпоративная культура крайне важна (рис. 1). Также большинство опрошенных утверждают, что побудительным мотивом её развития является конкуренция. В тех нишах рынка, где она имеет место, например, информационные технологии, телекоммуникации, корпоративной культуре придают большое значение. Всё это происходит из-за того, что компаниям нужно привлечь и удержать талантливых специалистов, поэтому этот фактор является одним из главных. При этом только 61 % опрошенных в полной мере понимают, что такое корпоративная культура (рис. 2). Это может свидетельствовать о недостаточном внимании, уделяемом высшим менеджментом организаций формированию образа корпоративной культуры в практической деятельности многих организаций.

Из этого можно сделать вывод, что российским компаниям не только нужно создавать и развивать собственную модель корпоративной культуры, но и совершенствовать теоретические знания о ней.

■ Понимаю в полной мере ■ Не понимаю

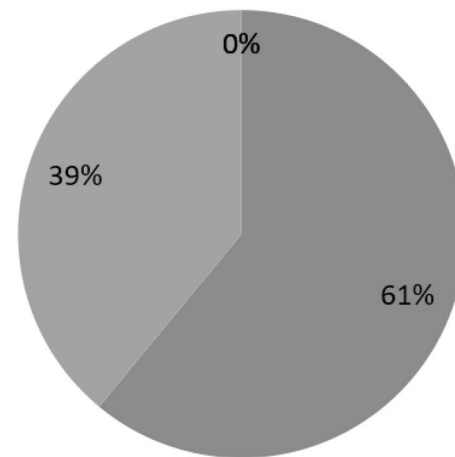


Рисунок 2 – Что такое корпоративная культура?

Если прежде российский бизнес не задумывался об значении корпоративной культуры и, зачастую, просто копировал западные ценности, то в настоящее время смены ценностных ориентаций, в условиях текущей экономической ситуации, необходимо создавать отечественную систему ценностей для российского бизнеса, которая близка российскому менталитету. Ключевым компонентом управления современной организации как социальной системы должен стать постоянный поиск эффективного сотрудничества между интересами фирмы и её сотрудниками. Обозначение чётких правил игры должно дополняться желанием работников их придерживаться. Всё это особенно важно сочетать с тенденциями, которые происходят в современном мире.

Изменения, которые мы можем сейчас наблюдать в российской экономике – это не только изменение её структуры, но и изменение типа культуры, которая была прежде. Важность этого вопроса особо актуальна в нынешних российских условиях функционирования организаций.

Необходимо создать новую систему ценностей, в которой главными будут: участие сотрудника в деятельности организации, раскрытие личностного и профессионального потенциала, персональный подход к каждому подчинённому, приоритет творческому мышлению. Всё это – один из самых главных компонентов для эффективной работы компании в современном обществе.

На основе всего вышесказанного можно подвести итог:

1. Корпоративная культура очень важна для организации, она является одним из компонентов, который главным образом влияет на эффективность работы организации, следовательно, на экономику в целом.
2. Современную российскую модель корпоративной культуры нельзя назвать сформировавшейся. Она находится в стадии активной трансформации и развития.
3. Чтобы ускорить процесс модернизации корпоративной культуры, нужно учитывать особенности системы ценностей и менталитета, различных культур россиян.
4. Для успешного формирования корпоративной культуры в современной России лучше использовать опыт восточных стран, например, Японии и Китая, где она высоко развита, а не западных, как зачастую принято у большинства российских компаний.

Список литературы

1. Влияние корпоративной культуры на эффективность работы организации // Мир знаний. [Электронный ресурс]. – URL: http://mirznaniy.com/info/vliyanie-korporativnoy-kultury-na-effektivnost-rabotyorganizatsii_166778/ (дата обращения: 21.04.2022).
2. Иванова Е.А., Шишкина Л. В. Корпоративное управление. – М.: Феникс. – 2011. – 256 с.
3. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 572 с.
4. Колесников А.В. Корпоративная культура: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт. – 2019. – 167 с.
5. Корпоративная культура // Википедия: свободная энцикл. [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_культура (дата обращения: 15.04.2022).
6. Корпоративная культура: типы, элементы, функции // [Электронный ресурс] – URL: <http://kirulanov.com/korporativnaya-kultura-v-sovremennom-biznese/> (дата обращения: 15.04.2022).
7. Корпоративная культура в России: новые горизонты трансформации // [Электронный ресурс] – URL: <https://www.oliverwyman.com/ru/our-expertise/insights/2019/jul/corporate-culture-in-russia.html> (дата обращения: 01.05.2022).

© Клещева Ю.С., Кутенева А.А., 2022

РОЛЬ ВУЗОВ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ И ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Климова Т.Б.

*кандидат экономических наук, доцент,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет*

Богомазова И.В.

*кандидат экономических наук, доцент,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет*

В статье показана роль университета в реализации проектов, направленных на развитие туризма в регионе через призму программы стратегического лидерства «Приоритет-2030» и задач, обозначенных в стратегии развития региона и национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства». На примере вуза (Белгородского государственного университета) представлена практика инициации проектов в сфере туризма, в частности, проекта формирования экосистемы «Университет открытий», отмечены эффекты от его реализации для региона.

Ключевые слова: университет, туризм, внутренний туризм, проекты, «Приоритет-2030», открытость.

В научном поле уже давно идёт дискуссия о реализуемых функциях и роли современного университета в развитии регионов, поиск ответов на вопрос: как университеты помогают развитию территорий, каким образом реализуется «третья миссия» университетов.

Для того, чтобы усилить значимость вузов в социально-экономическом и научно-техническом развитии регионов и страны в целом, помочь университетам развивать науку, технологии и экономику территорий Министерством науки и образования была разработана программа «Приоритет-2030», в рамках которой по итогам отбора вузам выделяются гранты на реализацию программ развития.

Белгородский государственный университет (НИУ «БелГУ») стал единственным вузом Центрального федерального округа нашей страны за исключением столичных вузов, получившим базовую и специальную части гранта по итогам федерального конкурса «Приоритет-2030», войдя в пул российских университетов, которые будут решать задачу достижения стратегического академического лидерства в мире в области науки и образования.



В настоящее время в университете обучаются более 23 тыс. студентов из всех регионов России, около 4 тыс. иностранных студентов из 98 стран мира. Университет выпускает свыше 5 тыс. выпускников ежегодно. В структуре вуза 10 институтов, 2 колледжа, подготовительный факультет и филиал.

По программе «Приоритет -2030» вузом реализуются проекты в рамках трёх платформ: «Наука XXI века», «Лидеры будущего» и «Университет без границ». Не останавливаясь подробно на сути первых двух платформ, коротко отметим, что стратегический проект «Наука XXI века» направлен на обеспечение социально-экономического развития Белгородской области и усиление её позиций как территории инноваций. Платформа «Лидеры будущего» характеризует формирование образовательной экосистемы, обеспечивающей привлечение и закрепление талантливой молодежи в регионе, внедрение новых форм и технологий обучения, ориентированных на удовлетворение потребности личности в самореализации и запросов рынка труда на креативность и нестандартные решения. Основной акцент сделан на трансформацию образовательного процесса, где ключевым условием является реализация вузом интегрирующей функции – «встраивания» образования и исследований в реальный сектор экономики региона.

В фокусе данного исследования третья платформа программы стратегического лидерства «Приоритет-2030», созданная для реализации социокультурной миссии – «Университет без границ».

Основная цель проекта состоит в повышении открытости университета, его пространств, развитии новых социокультурных практик и коммуникаций, обеспечивающих широкие возможности самореализации граждан, удовлетворении их потребностей и интересов, укреплении межличностных и межгрупповых взаимодействий. Достижение цели планируется в рамках трёх кластеров проектов: «Университет, открытый обществу», «Университет, открытый миру», «Университет, открытый городу».

Так, в рамках кластера проектов «Университет, открытый обществу» решаются задачи создания экосистемы гражданского участия в управлении развитием территорий. Кластер проектов «Университет, открытый миру» направлен на повышение доступности и открытости образования и науки НИУ «БелГУ» для граждан и организаций как РФ, так и зарубежья. В рамках проектов планируется продолжить поддержку и распространение различных инициатив открытого доступа к научным результатам и первичным данным исследований; популяризировать и продвигать науку и образование НИУ «БелГУ» в глобальном информационном пространстве через СМИ, активно продвигать достижения университета через

новостные агрегаторы и социальные сети; разрабатывать решения, способствующие привлечению иностранных абитуриентов и пр.

В рамках кластера проектов «Университет, открытый городу» решаются задачи формирования открытой среды (университет – город) путём обеспечения свободного доступа для каждого жителя города к ресурсам и пространствам университета. Уже сейчас активно развиваются бизнес-пространства университета, творческие пространства, открытые проектные пространства «Проектории» для инициации кроссфункциональных проектов развития территорий, подготовки проектных команд по вопросам территориального развития.

Высокий уровень открытости университетской среды, развитие университета с особым акцентом на проекты создания привлекательных и «открытых» для города новых культурных и событийных пространств, точек притяжения, развитие единой системы туристской навигации и других элементов, относящихся к «умному туризму», – те аспекты, которые представлены в программе развития университета в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030».

Эти же вопросы (создание комфортной инфраструктуры для жителей города и туристов, развитие досуговых пространств, формирующих точки притяжения для жителей и туристов) затрагиваются в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» и в Стратегии развития Белгородской области (проект «Белгородская область 2030: образцовый регион России»).

В контексте решения задач, обозначенных в программных документах, роль вуза в реализации «третьей миссии» и как инициатора изменений вполне очевидна. На сегодняшний день Институтом экономики и управления НИУ БелГУ в рамках обозначенных задач инициированы два проекта: «EVENT-парк» и «Университет открытий в фокусе развития внутреннего туризма».

Проект «Университет открытий» в фокусе развития внутреннего туризма» уже реализуется на платформе «Университет без границ» и представляет собой продукт синергии образования и туризма. Его целью является создание уникальных проектов для индустрии туризма и гостеприимства, направленных на территориальное развитие, повышение привлекательности территории, увеличение количества туристов и экскурсантов. Это достигается за счёт формирования целостной экосистемы, основанной на разработке новых туристских предложений, учитывающих мультидисциплинарный подход к формированию регионального турпродукта. Проект развивается в принципиально новой



концепции и предполагает объединение туризма с образованием. Участники (школьники, студенты, научное сообщество, бизнес-туристы) смогут посетить не только объекты туристского показа в городе, но и узнать университет, его инновационные высокотехнологичные разработки, креативные кластеры и пр. В рамках проекта «Университет открытий» в фокусе развития внутреннего туризма» кластера «Университет, открытый городу» создан тревел-акселератор. Продуктовые команды совместно с наставниками осуществляют проектирование концептуальных туристских проектов, в том числе с учётом ресурсного потенциала университета. Участники тревел-акселератора конструируют образовательно-туристские продукты различной направленности, развивают личностный потенциал и профессиональные навыки. Обучающиеся включаются в разработку совместных проектов, направленных на обогащение культурного опыта туристов, проекты, связанные с разработкой технологий «умного туризма», туристских продуктов, включая профориентационный туризм, который позволяет познакомиться с интересующими профессиями, направлениями обучения, получить новые навыки, культурно-познавательный и образовательный туризм, промышленный туризм и др.

Отдельно стоит остановиться на решении задач по разработке контента регионального туристского маркетплейса. В настоящее время создано мобильное приложение «Тургид Белогорья» – это открытый информационный ресурс, однако информации об объектах туристской дестинации представлено недостаточно, его наполнение и функционал не дают возможности отнесения к полноценным маркетплейсам. Задача создания современного сервиса, позволяющего улучшить туристический опыт гостей города, обеспечив широкую доступность объектов, реализуется совместно с членами-участниками консорциума – Центром гостеприимства г. Белгород, туристско-информационным центром.

Туристско-образовательная экосистема «Университет открытий» – это единое пространство, при этом это живая система. Визуализация основных компонентов экосистемы представлена на рисунке 1. При функционировании экосистемы достигается синергия образования и туризма, университет вступает во взаимовыгодные отношения с партнёрами, создаются туристские продукты, ориентированные на широкий спектр запросов потребителей и различную аудиторию, в зависимости от требуемых компетенций и в интересах развития экономики региона.

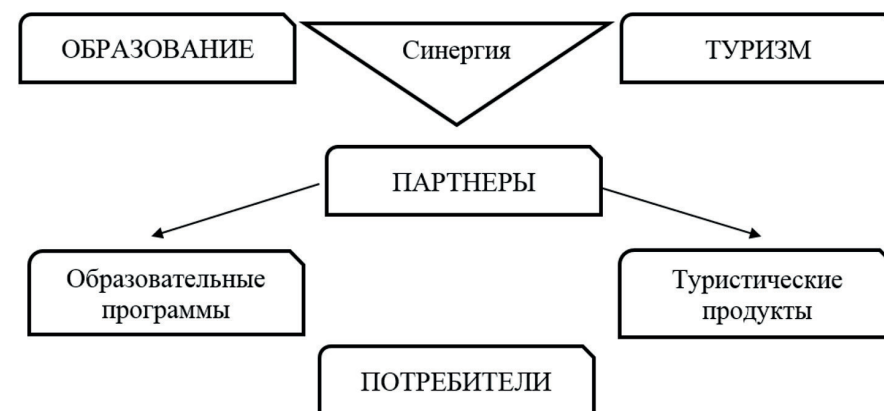


Рисунок 1 – Экосистема «Университет открытий»

Кроме эффектов, которые очевидны для университета: создание креативной инфраструктуры, посредством организации платформы тревел-акселератора; повышение качества образовательной среды; вовлечение студенчества в решение проблем развития внутреннего туризма, развивается система патриотического воспитания молодёжи за счёт повышения интереса к региональным туристским продуктам. Также важным является включённость разработанных туристских продуктов во всероссийский проект Министерства культуры «Пушкинскую карту». Кроме того, предполагается создание туристического паспорта школьников и студентов.

Среди задач, которые непосредственно оказывают влияние на развитие региона можно выделить: развитие системы подготовки кадров для индустрии гостеприимства; раскрытие потенциала и активизация внутреннего туризма; проектирование концептуальных туристских продуктов; воспитание нового поколения через развитие культурно-познавательного туризма; разработка современного сервиса – регионального туристского маркетплейса, позволяющего улучшить туристический опыт гостей города; внедрение механизмов позиционирования промышленных предприятий как открытых и конкурентоспособных посредством создания промышленных туров и ряд других задач.

Таким образом, современный университет ориентирован не только на подготовку кадров, но и на инициацию и реализацию проектных решений, отвечающих современным вызовам региональных экономик.

Список литературы

1. Белгородская область 2030: образцовый регион России. – URL: <https://xn--31-6kcp-kia1eya.xn--p1ai/> (дата обращения 29.08.2022).
2. Программа «Приоритет-2030». – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/priority2030/> (дата обращения 29.08.2022).
3. Приоритет-2030: депутатам областной думы представили отчёт об итогах и перспективах программы развития НИУ «БелГУ». – URL: <https://www.belduma.ru/news/detail.php?ID=82109&ysclid=I91i3ytsex974722079> (дата обращения 29.08.2022).

© Климова Т.Б., Богомазова И.В., 2022

УДК 338.48

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ДЛЯ ТЕРРИТОРИЙ С «ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ»

Колмогорова Д.М.

кандидат политических наук, директор фонда
«Дягилевский фонд поддержки культурных инициатив»

В статье раскрываются факторы, ограничивающие туристический потенциал территорий, и демонстрируются практически эффективно работающие кейсы событийного туризма, как альтернативного вектора развития туристического рынка территорий. Описывается как европейский опыт автора, так и организация событий регионального масштаба в Российской Федерации на примере Международного Дягилевского фестиваля в Пермском крае. Событийный туризм рассматривается как неотъемлемая часть брендинга территорий, повышающая туристическую привлекательность и капитализацию территории.

Ключевые слова: событийный туризм, культурный туризм, маркетинг территорий, брендинг территории.

Говоря о роли сектора туризма в развитии территории, следует отметить ряд факторов. Прежде всего, не все территории одинаково «одарены» с точки зрения туристического потенциала. Не все территории могут гордиться богатым историческим наследием или комфортным для проживания климатом. Немалую роль играет популярность. С территориями, как с людьми: даже самой восхитительной красавице не просто выйти замуж, если она живет в глуши. И так же, как люди, территории «страдают» от ограниченных возможностей.

Следует отметить, что «ограниченные возможности территорий» термин весьма условный, не обидный, даже, наоборот, очеловечивающий территорию, позволяющий отнестись к месту проживания индивидуально. Что же ограничивает туристические возможности территории?

Есть ряд бесспорных факторов, которые не позволяют территории быть центром туристического притяжения. Какие именно, рассмотрим ниже.

Климат. Две трети Российских территорий находятся в зоне с суровым климатом и туристические возможности ограничены летним периодом. Даже такие популярнейшие туристические центры, как Санкт-Петербург, имеют ограниченный летними месяцами туристический сезон. Аналогичные ограничения присущи для территорий, развивающих сезонный туризм, например, сплавы по рекам (Алтай, Карелия, Пермский край).

Удаленность территории, расположение вдали от торговых путей, столичных агломераций, трудная логистическая доступность и отсутствие транспортной инфраструктуры. Здесь хорошим анти-примером будет республика Абхазия, в которую можно попасть только через соседнее государство, так как с Абхазией до сих пор нет воздушного сообщения, её нельзя пересечь из-за гор и закрытой границы с Грузией.

Менталитет, религия, ортодоксальные традиции. Многие западные туристы, особенно женщины, неохотно ездят в мусульманские страны по причине многочисленных ограничений для женщин, мужчины же – по причине ограничений, связанных с употреблением алкоголя.

Экологическая ситуация. В настоящее время это и последствия индустриализации территорий, и эпидемиологические ограничения, связанные с COVID-инфекциями.

Политические противоречия, не менее серьезно влияющие на неокрепший после пандемии туристический рынок. Например, Нидерланды (Амстердам – одно из самых популярных туристических направлений), дольше всех держали ковидные ограничения, что существенно сдерживало поток туристов. После снятия эпидемиологических ограничений страна заявила о прекращении выдачи виз российским туристам, исходя из политической позиции. Создание и публикация списка «дружественных» и «недружественных» стран также влияет на выбор туристических направлений.

Отсутствие современной туристической инфраструктуры – отелей соответствующего уровня, пунктов питания, сувенирной линейки (а для туриста сувенир – неотъемлемая часть любого путешествия), как факта недоразвитости сектора креативных индустрий, – также снижают туристическую привлекательность территорий.

Существуют ли механизмы, которые позволяют изменить вектор снижения роли туризма в экономическом успехе территорий? В связи с санкционными мерами Запада (блокировка банковских карт россиян, затруднения в получении туристических виз) и ответными протекционистскими мерами Российского государства (кэшбэк за отдых на



российских курортах и других) туристический рынок России получает небывалые и довольно существенные предпочтения.

В условиях трансформации туристического рынка именно событийный туризм станет верным и эффективным вектором развития территорий, чьи туристические возможности не ярко выражены или слабо сформированы.

Что, например, может побудить туриста из Петербурга поехать на уикэнд в Пензу, Петрозаводск или Пермь? Ничего, если об этих территориях нет информации, и сами территории ничем особенным не отличаются от десятка, а то и сотни других. В свое время один из самых известных «туристов» Антон Павлович Чехов, поместив действие своего романа «Три сестры» «в провинциальный город вроде Перми» удрученно писал, что Пермь примечательна тем, что ничем не примечательна» [1]. Понятно, что с таким отзывом надеяться на повышение туристического потока довольно сложно.

Формирование культурной идентичности чрезвычайно важно, поскольку обозначить отличия одного места от другого можно лишь подчеркивая отличительные черты в стремящемся к однородности мире. Но не менее важно создание новых образов и традиций, обеспечивая ресурс территории, на основе которого создаётся добавленная стоимость [2].

Территории творят люди. Работает так называемый *genius loci* – гений места. Петр Вайль в одноимённой книге отмечает, что «для чело- века нового времени главные точки приложения и проявления культур- ных сил – города. Их облик определяется гением места... На линиях органического пересечения художника с местом его жизни и творче- ства, возникает новая, неведомая прежде реальность, которая не про- ходит ни по ведомству искусства, ни по ведомству географии» [3].

В наше время три вещи нужны городу, если он хочет быть процветаю- щим мировым брендом: стратегия, менеджмент и символические события, – отмечал один из ведущих современных теоретиков территориального маркетинга Саймон Анхольт [4]. События – основа для создания инфор- мационных поводов, необходимых, чтобы о территории «говорили».

Примеры событийного туризма следует начать с самого простого. Хле- ба и зрелищ – вот что хотят люди. И здесь впереди планеты всей итальян- цы: нет ни одного уикенда, когда бы в той или иной итальянской дерев- не в округе не организовывался бы праздник с местными угощениями и дегустациями вина, сыра, артишоков, прошутто. Сезон трюфелей, нового местного вина оттягивает жителей из столиц в провинцию и даёт возмож- ность местному населению продвигать свою продукцию и зарабатывать. Хотя, что касается молодого вина, самым известным, однозначно является приближающийся праздник молодого Божоле – Beaujolais nouveau, когда

по всему миру возвещается «Le Beaujolais est arrive! (с фр. – Божоле при-было!), ежегодно всем миром празднуемого в третий четверг ноября.

Знаменитый Октябрь Фест, проводимый в Мюнхене с 1810 г. в честь свадьбы баварского кронпринца Людвига с принцессой Терезой (конные скачки, сельскохозяйственная выставка и, конечно, разнообразное баварское пиво) – абсолютный мировой бренд.

Местные производители с удовольствием поддерживают событийный ряд, поскольку каждый тематический праздник – это рекордные объёмы потребления и реклама, дополнительный информационный повод. К сожалению, у специалистов нет полной возможности оценить влияние события или рынка событий на туристические потоки, экономику и имиджевые характеристики региона, поскольку единая методологическая база отсутствует [5].

Поддерживающие экономику и тонус малых европейских городов летние джазовые фестивали проводятся ежегодно в тёплое время года преимущественно опен-эйр в небольших городках или даже деревнях (Montreux Jazz Festival, Laroquebrou Boogie Woogie Festival, Jazz Middelheim и другие) также характерны для привлечения туристов. Эта практика широко используется маленькими городами во Франции, Германии, Бельгии, Голландии, Великобритании, Швейцарии. В отличие от итальянских гастрономических фестивалей, музыкальные джазовые мероприятия являются в основном пивными.

Из знаковых зрелищных мероприятий, конечно, следует вспомнить Эдинбургский международный фестиваль, ставший must have для мировой театральной элиты. Проводимый с 1947 г. «на задворках» Европы в Эдинбурге (Шотландия) театральный фестиваль стал знаковым событием, объединив драму, оперу, уличный театр и цирк, книжную ярмарку, детские мероприятия, традиционные королевские парады, джаз и многое другое, включая образование и науку. Билеты на фестиваль довольно дорогие, цены на отели и логистические услуги просто баснословные.

Тот же самое можно сказать и о вписанном в территориальный архитектурный ландшафт Авиньонском театральном фестивале, основанном в том же 1947 г. и ежегодно проводимом во французском городе Авиньон, где главной сценической площадкой служат открытые подмостки Папского дворца, зрительным залом служит двор и нет занавеса и декораций. Каждый год в июле Авиньон превращается в театр под открытым небом, используя архитектурное наследие как площадки для представлений. Обычно зрители остаются в Авиньоне на несколько дней, в целом во время фестиваля можно посмотреть более 130 представлений. Театральный форум привлекает максимальное количество театральных экспертов и специалистов.



Международный Зальцбургский оперный фестиваль (Salzburger Fest-siele), проводимый с 1877 г. на другом конце Европы на родине Моцарта в Австрии – крупнейший мировой оперный фестиваль, длящийся шесть недель, привлекающий более 200 тысяч зрителей и зарабатывающий более 30 млн евро за лето. На этом фестивале, в противовес Авиньону, практически нет открытых площадок. Цены на билеты и отели в оперный сезон чрезвычайно высокие. С 1967 г. Герберт фон Караян начал проводить в Зальцбурге Пасхальный фестиваль. Конечно, Зальцбург, одаренный гением Моцарта, может лишь условно считаться территорией с ограниченными туристическими возможностями, принимая во внимание логистическую удалённость города от центральных европейских хабов.

Хочется привести в качестве работающих примеров российские практики в сфере событийного туризма, к которым автор статьи имеет отношение как участник, организатор или соавтор. Что именно – опишу ниже.

В поиске идентификации Пермская область объединилась с Коми-Пермяцким автономным округом, проведя референдум в 2003 г. и став в 2005 г. Пермским краем. Индустриальная территория приняла решение использовать для конкурентного позиционирования культурный код, создать имидж территории культуры, привлекательной для жизни и самореализации молодёжи, чтобы минимизировать отток активных и креативных кадров с территории [6].

С этого времени в Пермском крае возникли ряд масштабных культурных проектов. Один из которых – Международный Дягилевский фестиваль на родине Дягилева в Перми, стал неким предвестником Зальцбургского фестиваля в России, поскольку его художественным руководителем является известный дирижер оркестра МузыкАэтерна Теодор Курентзис, интендант Зальцбурга. Международный Дягилевский фестиваль в Перми стремится укреплять и развивать традиции выдающегося импресарио и пропагандиста русской культуры Сергея Павловича Дягилева. Особенность фестиваля — это мультижанровый характер программы. Разносторонняя деятельность Сергея Дягилева, связанная с оперно-балетным театром, музыкой, изобразительным искусством, издательским делом, составляет структуру фестиваля и реализуется в комплексе художественных событий.

Будучи «своеобразным отражением “Русских сезонов” Сергея Дягилева в зеркале времени» («Ведомости»), фестиваль объединяет современные идеи и проекты с искусством первой трети XX века — эпохи, которой принадлежат творческие свершения великого импресарио. Так рождаются новые театральные форматы и новые формы взаимодействия с публикой.

Афиша фестиваля включает мировые премьеры оперных и балетных спектаклей, постановки в области современного танца, художественные выставки, visual art, паблик-арт, концерты классической и современной симфонической, камерной, джазовой, экспериментальной и этнической музыки, перформансы, драматические спектакли, ретроспективы, фотовыставки, а также Образовательную программу и насыщенную клубную программу.

Фестиваль проводится с 2003 г. Он начинался в формате биеннале, а с 2011 г. стал ежегодным. Организатор фестиваля – фонд «Дягилевский фонд поддержки культурных инициатив» при поддержке Министерства культуры Пермского края. Международный Дягилевский фестиваль находится в числе знаковых культурных событий Европы. Художественный руководитель фестиваля — дирижер Теодор Курентзис. В 2022 г. Теодор Курентзис удостоен почётной миссии открыть концертную программу крупнейшего в мире оперного Зальцбургского фестиваля Тринадцатой симфонией Дмитрия Шостаковича «Бабий Яр» на стихи Евгения Евтушенко и оперную программу знаменитого фестиваля двумя одноактными операми «Замок герцога Синяя Борода» Белы Бартока и «De Temprorum Fine Comoedia» Карла Орфа в постановке Ромео Кастеллуччи.

В 2022 г. в июне в течение 10 дней прошли 22 события, фестиваль посетили 17 000 зрителей, онлайн охват аудитории более 450 000, успешно прошла образовательная программа, работал культурный форум – фестиваль клуб.

В 2003 г. пройдёт уже 20 фестиваль, который стал точкой притяжения множества зрителей, сохраняя высочайшее качество и диверсификацию культурного продукта, заявляющий о Пермском крае, как о территории культуры и ставя Пермский край на культурную карту России наравне с Москвой и Петербургом.

В заключении хочу сказать, что организация подобных совместных общетерриториальных мероприятий имеет «эффект оркестра» [7], когда в результате слаженного и профессионального взаимодействия целевой аудитории, местного сообщества, органов власти, бизнеса, организаторов получается высококачественный, востребованный и конкурентоспособный туристический продукт, формирующий привлекательный имидж территории.

Культурно-развлекательные события в территории – один из видов инвестиционного проектирования и одно из направлений инвестиционной политики территории. Нередко, для территорий с ограниченными туристическими возможностями это порой единственный шанс разнообразить



чёрный или серый имидж. «Кипение ярких и праздничных событий положительным образом сказывается на репутации города и способствует росту местного патриотизма», отмечал Денис Визгалов в своей, ставшей уже культовой работе «Брендинг города» [4]. Думаю, что этот факт может стать особенно актуальным именно настоящее время.

Список литературы

1. Чехов А.П. Пространство природы и культуры // Сборник материалов Международной научной конференции. Таганрог, 11–14 сентября 2013 г. – Таганрог: ООО «Издательство «Лукоморье», 2013. – 420 с.
2. Лэндри Чарльз. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика – XXI», 2018. – 400 с.
4. Визгалов Д.В. Брендинг города. – М.: Фонд Институт экономики города, 2011. – 160 с.
5. Грушин М.Ю. Анализ развития событийного туризма в России, его функции, пути повышения эффективности событийных мероприятий // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – № 2(26).
6. Колмогорова Д.М. О ходе процесса образования нового субъекта Российской Федерации – Пермский край: пошаговая хроника. Панорама исследований политики Прикамья. – Пермь: Пермское книжное издательство, 2005. – 234 с.

© Колмогорова Д. М., 2022

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ «ЧЕХОВ БУФЕТ», Г. САРАТОВ)

Колобова А.Е.

доцент кафедры

«Прикладные информационные технологии»,
Саратовский государственный технический
университет им. Гагарина Ю.А.

Гашишзаде Бахруз Хикмат оглы

магистрант направления «Туризм»,

Саратовский государственный технический
университет им. Гагарина Ю.А.

Статья посвящена изучению особенностей процесса развития малого бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства в условиях российской действительности. Данный процесс исследован на примере отдельного предприятия, находящегося в г. Саратов – предприятия «Чехов буфет». Авторами статьи предпринята попытка выделения этапов развития малого предприятия в сфере туризма и индустрии гостеприимства. Также сформулированы рекомендации по развитию бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства на городском и региональном уровнях.

Ключевые слова: туризм, малый бизнес, индустрия гостеприимства, креативная индустрия, развитие.

Саратов и Саратовская область в целом не относятся к числу российских территорий с высоким уровнем туристской привлекательности, однако в последнее время возникают все больше предпосылок для изменения ситуации в позитивную сторону. Во многом эти предпосылки есть результат государственной поддержки внутреннего туризма в регионах России. Так в начале сентября текущего года руководство нашего региона подписало соглашение с государственной корпорацией «Туризм. РФ» [1]. Подписание данного документа станет катализатором развития туристской инфраструктуры в г. Саратов и Саратовской области в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Это создаст мощную основу для развития территории как туристской дестинации. Кроме того, как справедливо отметил при посещении нашего региона заместитель Председателя Правительства России, куратор Приволжского федерального округа Д. Чернышенко (уроженец г. Саратов) город и регион являются Родиной многих известных личностей (художник К. Петров-Водкин, актер О. Табаков и др.) [1]. Конечно, особняком среди этих великих людей стоит фигура Ю. Гагарина – первого в мире космонавта, который учился в Саратове, впервые полетел в нашем городе и приземлился также в наших краях. Ему посвящены множество объектов и событий на территории. Д. Чернышенко обозначил амбициозные планы развития туризма в нашем регионе – планируется довести число туристов до 3 млн чел. к 2030 г. (для сравнения – в настоящее время туристский поток составляет коло 2 млн чел.) [1]. Очевидно, что воплотить планы по развитию регионального и городского туризма невозможно только усилиями государства. Необходимо участие и бизнеса.

Современный Саратов как любой отечественный город, принимающий туристов, в своей инфраструктуре представлен не только историческими и культурными достопримечательностями, но и достаточно разнообразными предприятиями, относящимися к сфере туризма и гостеприимства. Большинство из них являются малыми, что в целом типично для туристской отрасли. В свою очередь часть из них составляют малые предприятия общественного питания. Эта сфера индустрии отличается высоким уровнем динамичности – городские кафе, кофейни и рестораны открываются, закрываются, перемещаются территориально, меняют имя и концепцию, развиваются в сетевые структуры и т. п. Эти предприятия, с одной стороны, составляют инфраструктуру, необходимую современному туристу, а с другой стороны, обеспечивают



существование на территории особого вида туризма – гастрономического. В последние несколько лет, как отмечают зарубежные эксперты, гастрономия выступает всё чаще мотивом для путешествия [3], что, на наш взгляд, в России пока слабо распространено, но имеет огромный потенциал благодаря достаточно большому разнообразию гастрономических культур как в отдельных регионах, так в стране в целом. На сегодняшний день гастротуризм тесно связан с образовательным (поездки с целью обучения в индустрии питания), культурным (поездки с целью посещения необычных гастрообъектов) и деловым (поездки с целью развития бизнеса в индустрии питания) видами туризма. На наш взгляд, одним из самых ярких предприятий общественного питания в г. Саратов можно считать «Чехов буфет». Представляет интерес процесс развития этого малого предприятия, являющийся достаточно нетипичным для схожих объектов в сфере туризма и гостеприимства. На рисунке 1 представлены этапы развития данного малого бизнеса.

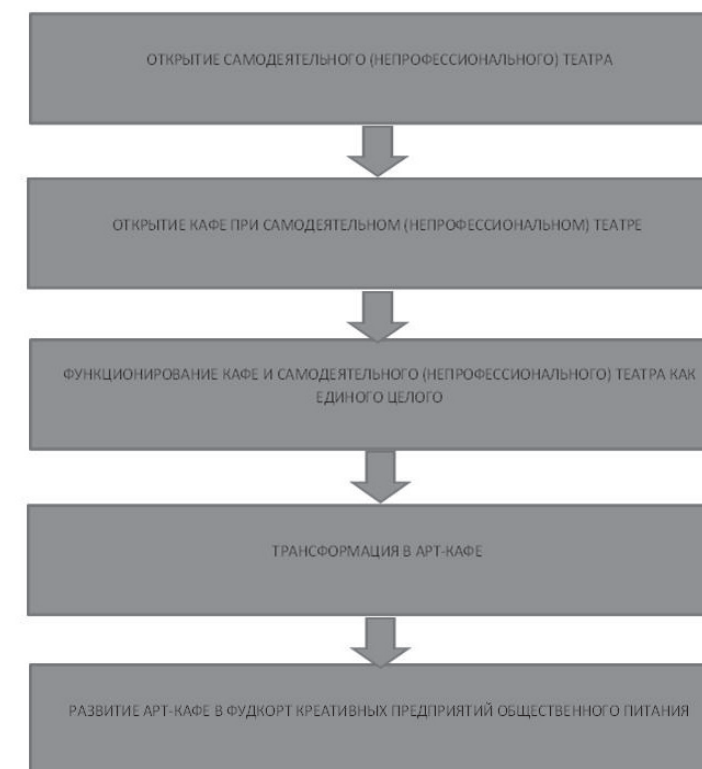


Рисунок 1 – Этапы развития малого предприятия общественного питания «Чехов буфет» (г. Саратов)

Прежде всего, необычность процесса развития этого заведения заключается в том, что первоначально это был не бизнес-проект, а сугубо творческий проект, который постепенно перерос в гастропредприятие с элементами креатива. Последний оказался гораздо успешнее первого, но при этом креативные элементы первоначального замысла во многом сохранились и, по сути, составили основу нынешнего буфета «Чехов». Еда не является единственным приоритетом «Чехова» как предприятия общественного питания, но при этом ей отдаётся достаточно внимания, что проявляется в необычном формате подачи, использовании оригинальных рецептов, ингредиентов, аутентичной посуды и пр. Сегодня это городское заведение является площадкой для встреч и выступлений творческих людей Саратова, выступлений представителей искусства и в целом частью креативного пространства города и области. Более того, вокруг данного предприятия общественного питания (по инициативе его владельцев) стали открываться другие небольшие бизнес- и социальные проекты (от кафе и ресторанов до публичных лекций), отличающиеся нестандартным, творческим подходом. В итоге возник и активно развивается (по масштабу и контенту) целый фудкорт, являющийся элементом не только сферы общественного питания, но и городского креативного (творческого) пространства. Владельцы малого предприятия общественного питания «Чехов буфет» имеют большие планы, причём их бизнес, с одной стороны, диверсифицируется (например, в настоящее время реализуются проекты в сфере водного туризма, глэмпинга и культурных пространств), а с другой стороны, становится все более социально ориентированным (все реализованные и запланированные проекты не являются сугубо коммерческими).

Очевидно, что рассмотренный кейс развития малого городского бизнеса в сфере общественного питания, достаточно нетипичен для отрасли, но в то же время он хорошо демонстрирует взаимосвязь сервисов в рамках туристской инфраструктуры города, её сложность, тесную взаимосвязь её отдельных элементов, а также все более явно проявляющуюся связь творчества и бизнеса в современном обществе. Пример развития малого предприятия «Чехов буфет» (г. Саратов) не может быть универсальным и пригодным для всех стартапов, однако, по нашему мнению, он отражает тенденции современного состояния и дальнейшего развития сферы туризма и гостеприимства [2, 13, 15].

Вообще все чаще в нашем городе заведения общественного питания предлагают не только сервис, связанный исключительно с гастрономией, но и услуги творческого, креативного характера. Это определённый тренд в данной отрасли, и он в определенной мере поддержан бизнесом (в том числе малым) в городе и области, однако необходима



и поддержка властей (города и региона). Данный тренд может быть использован и туристской индустрией на городском и региональном уровнях для повышения уровня качества и уровня разнообразия предлагаемых в рамках путешествий сервисов, а также с целью развития гастрономического и сопутствующих (культурного, образовательного, делового) видов туризма.

Гастрономия в современных условиях является элементом идентичности территории [3] и это крайне важно для развития местного туризма. Так, например, за пределами нашего города и даже страны многим известен саратовский калач, менее известна (а скорее забыта) саратовская стерлядь. Это, безусловно, городские и региональные бренды. Но, на наш взгляд, они сегодня слабо продвигаются в связке с туристским имиджем Саратова. Вообще гастрономические элементы, отражающие идентичность нашего города (те же блюда из даров реки Волги – раков и разнообразной рыбы), практически не представлены в заведениях общественного питания. А значит – они неизвестны или малоизвестны туристам. Для развития гастротуризма и соответствующих бизнес-предприятий в Саратове представляется необходимым следующее:

На системной основе проводить социологические и маркетинговые исследования по изучению потребностей туристов в сфере гастротуризма на городском и региональном уровнях, а их результаты использовать для проектов коммерческого и социального характера.

В различных форматах (от консалтинга до кредитования) поддерживать местный бизнес в сфере общественного питания, в котором широко, ярко и разнообразно представлена гастрономия, отражающие идентичность города и региона.

Заниматься продвижением гастрономических брендов города и региона, используя современные маркетинговые инструменты (прежде всего, социальные сети).

Увеличить число гастрономических событий (фестивалей, ярмарок и т. п.) в городе и регионе с одновременным повышением качества их формата и содержания.

Проводить конкурсы среди бизнес-объектов в сфере туризма и гостеприимства с целью повышения их узнаваемости, стимулирования наиболее успешных представителей отрасли, а также развития здоровой конкуренции.

Список литературы

1. «Дмитрий Чернышенко: «Саратовская область активно включилась в создание туристической инфраструктуры»» [Электронный ресурс]. – URL: [https://saratov.gov.ru/news/dmitry_chernyshenko_saratovskaya_oblast_aktivno_vklyuchilas_v_sozdanie_turinfrastruktury_/\(дата обращения: 08.09.2022\)](https://saratov.gov.ru/news/dmitry_chernyshenko_saratovskaya_oblast_aktivno_vklyuchilas_v_sozdanie_turinfrastruktury_/(дата обращения: 08.09.2022)).

2. Колобова А.Е. Теоретико-методологические основы и практики некоторых видов туризма: монография. – Саратов: СГТУ, 2021. – 152 с.
 3. Analysis of the demand for gastronomic tourism in Andalusia (Spain) [Электронный ресурс]. – URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246377> (дата обращения: 25.03.2021).

© Колобова А.Е., Гашишзаде Б.Х., 2022

УДК 614.2

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗОВАННОГО ОТДЫХА ШКОЛЬНИКОВ НА ДОСТИЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Концева А.В.

кандидат медицинских наук, доцент,
заместитель главного врача
по педиатрии и детству МДЦ «Артек»

Вигдорчик Я.И.

аспирант,
Национальный НИИ общественного
здоровья имени Н.А. Семашко

В данной статье рассмотрены вопросы истории «Международного детского центра «Артек», развития организованного отдыха школьников как вида внутреннего туризма, меры по усилению синергетического эффекта взаимного влияния развития туризма и других мероприятий, направленных на достижение национальных целей развития, связанных, в том числе, с первичной профилактикой заболеваний среди детей, охрана здоровья которых является приоритетным направлением государственной политики в Российской Федерации.

Ключевые слова: общественное здоровье, здоровый образ жизни, организованный отдых, мотивирование, стимулирование.

Охрана здоровья детей является приоритетным направлением государственной политики в Российской Федерации. Статья 7 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ определяет приоритет охраны здоровья детей и признаёт его как важнейшее и необходимое условие для полноценного развития ребёнка [1]. Введение данной нормы в главный закон страны по охране здоровья свидетельствует о высокой медико-социальной значимости и существенном вкладе в перспективу социально-экономического развития страны [2, 3].

Организация, занимающаяся отдыхом и оздоровлением, представляет собой, с одной стороны, гаранта безопасности пребывания ребёнка и, с другой – организатора обучения выполнению различных социальных функций с формированием самодетерминированного поведения



у ребёнка. Выполнение таких задач требует трансформационных изменений системы организации отдыха и оздоровления во всех сферах деятельности, ответственных за её реализацию [4].

Российскими учёными активно ведутся исследования в части научного обоснования модели организации медицинского обеспечения обучающихся. Безусловный акцент делается на сферу профилактики неинфекционных заболеваний, формирования здорового образа жизни, поиск целевых показателей и критериев эффективности работы организационной системы с точки зрения доказательной медицины [5, 6].

А.А. Шабуновой и соавторами подчёркивается важность формирования берегающего поведения у детей и сохранение этого навыка на протяжении всей жизни [8]. Данный фактор нельзя не учитывать при создании особой социальной среды для формирования определённого жизненного навыка или стереотипа поведения, который при закреплении, наряду с семьёй, играет важнейшую роль в формировании здоровья подрастающего поколения.

Первой организацией, которая совместила оздоровление, образование и воспитание, стал детский лагерь «Артек», и закладка понятия «оздоровительное пространство в Артеке» начиналось сразу с момента идеи создания «лагеря в Артеке». За почти 100-летнюю историю существования Артека написано много книг, опубликовано много исследований, внедрено и масштабировано много образовательно-оздоровительных технологий, однако каждый раз погружаясь в анализ истории Артека, можно найти ответы на бесконечные вопросы и вызовы современности.

Исторически неоспоримым фактом является то, что Артек был задуман как лагерь-санаторий для «детей, страдающих туберкулёзной интоксикацией». Идея создания пионерского детского лагеря в Крыму реализовывалась при активном участии Российского Общества Красного Креста (РОКК), Российского коммунистического союза молодёжи и Центрального Бюро юных пионеров. Подготовкой к открытию лагеря руководил лично З.П. Соловьёв – основоположник советский профилактической медицины. Именно с лёгкой руки З.П. Соловьёва и формировался новый формат сочетания превентивного подхода медицинского обеспечения с активной воспитательной, разъяснительной и просветительской деятельностью.

Усилия РОКК в то время были направлены на создание «Службы здоровья», назначение которой состояло в обеспечении условий для оздоровления «пролетарских пионерских кадров». Одним из первых деятелей, кто включился в активную работу по «организации курортного дела» был народный комиссар здравоохранения Николай Александрович Семашко [9]. По итогам его пребывания на Крымском полуострове

подготовлены проекты декретов «О лечебных местностях общегосударственного значения» и «Об использовании Крыма для лечения трудящихся», впоследствии подписанные В.И. Лениным [10].

В декретах была обозначена необходимость охраны советских курортов, развития туризма и оздоровления детей. К 1925 г. Крым стал лидером среди курортов молодого советского государства, причём пальма первенства принадлежала учреждениям Южного берега Крыма [11, 12].

В своих трудах и выступлениях З.П. Соловьёв уделял особое внимание формированию личности врача как носителя не только медицинских знаний, но и как активного общественника в сфере культуры и образования, способного вести активную разъяснительную и организационную работу в профилактическом направлении [13].

Дальнейшая история развития Артека как лагеря-санатория и впоследствии как образовательного центра свидетельствует о совершенствовании изначально выбранного оздоровительно-образовательного подхода при организации деятельности временного детского коллектива [14].

Начиная с 60-х годов XX столетия, Артек принимал более 30 тысяч детей в год, в то время как за весь довоенный период Артек принял 35 тысяч детей [15]. Крупный советский проект был фактически «тотальным институтом» нового общества, в котором для создания особого оздоровительного пространства были кумулированы практически все социальные практики, что, в конечном итоге, позволило заложить методологические принципы организованного отдыха и оздоровления детей.

С 2014 г. для Артека настали новые времена, произошла перезагрузка его жизни и деятельности – социальные функции были переориентированы на создание организации отдыха и оздоровления детей с инновационными образовательными технологиями.

В современных реалиях Артека концепция оздоровления предполагает целый комплекс мероприятий, направленных на укрепление здоровья подрастающего поколения и реализующихся посредством дополнительных общеразвивающих программ. Организация отдыха основывается на соблюдении оптимального режима жизнедеятельности, питания и двигательной активности в условиях рационального использования природно-климатических лечебных факторов. Вместе с тем, особое значение в последние годы занимают оздоровительно-воспитательные программы, направленные на создание и укрепление социальной и психологической толерантности, как основы саморазвития и самодетерминированного поведения школьников.

Идеи оздоровления детей масштабируются, и в настоящее время идёт активный поиск новых форм оздоровления, позитивного влияния на физическое, психологическое и эмоциональное здоровье подрастающего



поколения. Учёными активно изучаются вопросы использования методик активного отдыха, физической культуры и туризма как фактора, оказывающего влияние на здоровье детей и подростков [16].

Оздоровительно-воспитательный потенциал Артека не исчерпан. Современность ставит перед взрослым и детским населением страны всё новые и новые задачи, жизнь готовит новые вызовы и посему поиск новых форм поддержания оздоровительной среды является частью профилактической работы медицинского сообщества. Ведётся подбор современных научно-обоснованных форм работы, которые можно масштабировать в рамках внешкольной деятельности по всей стране, которые будут привлекать внимание иностранных коллег, и повышать имидж Российской Федерации на международной арене детского отдыха.

Особый научный интерес представляет потенциал использования организованного отдыха учащихся школьного возраста в качестве стимула при мотивировании представителей данной возрастной группы к ведению здорового образа жизни. В ходе социологического исследования компонентов связанного со здоровьем аспекта образа жизни школьников на базе средней общеобразовательной школы были определены не только самые распространенные нарушения принципов здорового образа жизни и основные каналы получения респондентами информации о здоровом образе жизни, но и наиболее предпочтительные механизмы стимулирования к оздоровлению образа жизни для каждой из трех выделенных в ходе исследования возрастных групп: младшего школьного, младшего подросткового и старшего подросткового возраста, разделение на которые основано на периодизации психического развития Д.Б. Эльконина [17]. В группу младшего школьного возраста вошли учащиеся 2–4 классов, возрастом от 7 до 11 лет; в группу младшего подросткового возраста вошли учащиеся 5–8 классов, возрастом от 11 до 15 лет; в группу старшего подросткового возраста вошли учащиеся 9–11 классов, возрастом от 14 до 18 лет.

Во всех трёх группах значительная часть респондентов посчитала путёвку в места организованного отдыха приемлемым стимулом для оздоровления образа жизни: 18,1 % детей в группе младшего школьного возраста, 13,06 % – в группе младшего подросткового возраста и 6,21 % – в группе старшего подросткового возраста выбрали этот вариант как наиболее предпочтительный среди всех представленных в анкете. При этом в группе младшего школьного возраста этот вариант оказался на третьем месте по популярности, уступив вариантам «награждение грамотами, медалями» и «прямые денежные выплаты». В группе младшего подросткового возраста он также оказался на третьем по популярности месте, в свою очередь, уступив вариантам «прямые

денежные выплаты» и «дополнительные баллы при поступлении». В группе старшего подросткового возраста данный вариант оказался на пятом по популярности месте. Описанные результаты представлены в виде диаграммы на рисунке 1.



Рисунок 1 – Процент от числа анкетируемых в группе, посчитавших путевку в места организованного отдыха лучшим стимулом для оздоровления образа жизни

Представленные результаты позволяют считать, что в исследуемой совокупности наиболее перспективно применение путёвок в места организованного отдыха именно в группах младшего школьного и младшего подросткового возрастов, так как в них был выявлен больший интерес к данному стимулу. Также можно предположить снижение интереса к организованному отдыху, связанное с возрастным фактором в исследуемой совокупности, что наглядно продемонстрировано диаграммой.

Обращает на себя внимание тот факт, что эти данные несколько отличаются от полученных нами в предыдущем подобном исследовании [18]. В результате исследования компонентов связанного со здоровьем аспекта образа жизни детей школьного возраста в период оздоровления и организованного отдыха на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения «Международный детский центр «Артек» нами были получены иные данные. Так, путевку в детский лагерь выбрали 28,9 % младшего подросткового возраста, и этот вариант оказался на первом по популярности месте в этой группе. А среди респондентов старшего подросткового возраста путевку в детский лагерь выбрали 15,7 %, и

вариант оказался на третьем по популярности месте. Такие отличия от результатов, полученных при анкетировании учащихся средней общеобразовательной школы, объясняются, в том числе, различиями выбранных баз.

Таким образом, развитие организованного отдыха школьников как вида внутреннего туризма, чему посвящены все три федеральных проекта, входящих в состав национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», может усилить синергетический эффект взаимного влияния развития туризма и других мероприятий, направленных на достижение национальных целей развития Российской Федерации, включенных в такие национальные проекты как «Демография» и «Здравоохранение». Особое внимание к данной возрастной группе определено чрезвычайной важностью совершенствования здоровьемоделирующей среды, окружающей школьников, так как ремоделирование образа жизни в сторону его оздоровления — это путь к первичной профилактике заболеваний, а здоровье детей, которые являются важнейшим приоритетом государственной политики Российской Федерации [19], это бесценный ресурс, о котором нам следует заботиться.

Список литературы

1. Баранов А.А. Состояние здоровья детей в современной России. – М.: Издательство «Педиатр», 2020. – 116 с. – (Социальная педиатрия). – ISBN: 978-5-6042577-1-5.
2. Кучма В.Р. Популяционное здоровье детского населения, риски здоровью и санитарно-эпидемиологическое благополучие обучающихся: проблемы, пути решения, технологии деятельности // Гигиена и санитария. – 2017. – Т. 96. – № 10. – С. 990-995. – DOI: 10.18821/0016-9900-2017-96-10-990-995.
3. Старокорова Н.М. Оздоровление и отдых детей в условиях лагеря: новые смыслы и практика реализации // Наука и просвещение: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Пенза, 17 ноября 2020 г. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 169-172.
4. Кучма В.Р. Российская модель охраны здоровья обучающихся в образовательных организациях // Вопросы школьной и университетской медицины и здоровья. – 2018. – № 4. – С. 4-10.
5. Кучма В.Р. Научные исследования по гигиене и охране здоровья детей и подростков: достижения, планы, перспективы // Вопросы школьной и университетской медицины и здоровья. – 2020. – № 3. – С. 4-13.
6. Храмцов П.И. Физиолого-гигиенические предпосылки повышения здоровьесформирующей эффективности физического воспитания детей в образовательных организациях // Вопросы школьной и университетской медицины и здоровья. – 2017. – № 4. – С. 15-20.
7. Шабунова А.А. Сохранение здоровья детей: поиск путей решения актуальных проблем // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2021. – Т. 14. – № 2. – С. 125-144. – DOI: 10.15838/esc.2021.2.74.8.
8. Коновалов В.С. Красный террор в годы гражданской войны: по материалам Особой следственной комиссии по расследованию злодеяний большевиков. – М.: Терра-Кн. Клуб, 2004. – 512 с.

9. Попов А.Д. Всесоюзная здравница: история туризма и курортного дела Крыма в 1920–1980-е гг. Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского. – Симферополь: «Антиква», 2019. – 272 с. – ISBN: 978-5-6043477-0-6.
10. Карагодин А.В. Новый Мисхор – первый дачный курорт на Южном берегу Крыма (1898–1920): реконструкция социокультурной истории // Человек и культура. – 2020. – № 4. – С. 103-127. – DOI: 10.25136/2409-8744.2020.4.32969.
11. Поддубная Е.В. Общественно-политические и исторические факторы создания воспитательного пространства детского лагеря «Артек» // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2013. – № 7. – С. 122-128.
12. Петрова Ю.А. Модернизация международного детского центра «Артек» на основе инновационных разработок // Аллея науки. – 2017. – Т. 2. – № 9. – С. 346-356.
13. Эльконин Д.Б. Избранные психологические труды. – М.: Педагогика, 1989. – 560 с.
14. Вигдорчик Я.И. Современные подходы к управлению формированием здорового образа жизни у детей школьного возраста в период оздоровления и организованного отдыха в ФГБОУ МДЦ «Артек» // Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н.А. Семашко. – 2022. – № 3. – С. 59-66. DOI: 10.25742/NRIPH.2022.03.011. – EDN OKVMHN.

© Копцева А.В., Вигдорчик Я.И., 2022

УДК 338.48

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСНЫМ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРИБРЕЖНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Копырин А.С.

кандидат экономических наук, доцент
заведующий кафедрой информационных технологий,
Сочинский государственный университет

Видищева Е.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансов,
Сочинский государственный университет

Характерной чертой развития подобных территория является сосредоточение значительных природных ресурсов и многообразие видов человеческой деятельности на относительно небольшом участке суши. В связи с этим всегда возникает конфликт интересов между выгодоприобретателями и необходимостью сохранения долгосрочной устойчивости экологической системы. Необходимость управления данными процессами требует поиска новых методов и усиления традиционных подходов к построению эффективного управленческого аппарата.

Ключевые слова: комплексное устойчивое развитие, комплексное управление прибрежной зоной (территорией), инструменты управления.

Обеспечение устойчивого развития уже на протяжении многих лет является приоритетной задачей как для отдельных стран, так и для мирового сообщества в целом. Разработка механизма управления, направленного на

гармонизацию развития, особенно актуальна для регионов, обладающих уникальными природными объектами, в отношении которых активное развитие региональной экономики порождает дисбаланс между потреблением и сохранностью ресурса. В этой связи особенно актуальны поиск и внедрение эффективных подходов и инструментов управления прибрежными территориями, дальнейшее развитие которых напрямую зависит от устойчивости экосистемы. Проблематика развития прибрежных регионов подробно рассматривается в работах таких авторов как Рахман С. (2018), Муньоз Севилья Н.П., Ле Бейл М., Кортес Руис А. (2019), Ястребова Н.А. (2020), Бурило Н.А. (2021) и прочих. Управленческий аспект и важность комплексного подхода отражены в трудах Арумовой Е.С., Битаровой М.А. (2017), Цатхлановой Т.Т., Эрендженовой Д.Б. (2019), Сингх Г.Г., Коттрелл Р.С. (2021) и других.

Прибрежные территории представляют собой привлекательную среду для жизни, отдыха и ведения экономической деятельности. Специализация таких территорий обычно напрямую связана с прибрежными ресурсами и окружающей средой. Активное освоение и развитие прибрежных территорий характеризуется ростом населения, урбанизацией, растущим спросом на природные ресурсы, транспортную инфраструктуру и энергетику, что в свою очередь приводит к увеличению антропогенного воздействия на прибрежные экосистемы, важные с экологической точки зрения. Кроме того, прибрежные территории подвержены стихийным бедствиям, таким как речные наводнения и штормы с серьезными социально-экономическими и экологическими последствиями. Естественными целями развития территории являются экономический рост и улучшение качества жизни местного населения. Однако частым сопутствующим результатом территориального развития является загрязнение окружающей природной среды и деградация прибрежных ресурсов.

Для эффективного управления прибрежными территориями и достижения ими целей устойчивого развития была сформулирована концепция комплексного управления прибрежной зоной [11]. Данный подход заключается в интеграции целей, инструментов, интересов, политик и уровней управления целевой территории, и за свою тридцатилетнюю историю он в той или иной степени был внедрён и реализован во многих странах. Процесс комплексного управления прибрежной территорией характеризуется непрерывностью, интерактивностью и адаптивностью, а также обеспечивает логичное и последовательное решение определенного набора задач. Цели, задачи и интересы территорий на пути к достижению устойчивости лежат в социально-экономической и экологической плоскостях, однако применяемый инструментарий выходит за пределы данных областей и охватывает также организационные, правовые и прочие межобластные аспекты.

Наиболее часто встречающимися в международной практике инструментами управления прибрежной территорией являются стратегическое планирование и программирование (разработка программ развития). Учитывая различный характер факторов, присутствующих прибрежным территориям и региональные особенности, для стран, имеющих более одной прибрежной зоны, актуально параллельное осуществление как национальных программ, так и местных. Например, к Национальной программе управления прибрежными зонами США, по данным на апрель 2022 года, присоединились 34 прибрежных штата, которые в то же время имеют возможность разрабатывать и внедрять свои уникальные программы, которые ориентированы на наилучшее решение конкретных существующих проблем. При этом необходимо отметить, что цели подобных программ не всегда согласуются между собой [17].

В странах-членах Европейского Союза и Соединённых Штатах Америки также популярна практика формирования отдельного органа управления прибрежными зонами, который берёт на себя всю ответственность за оценку состояния прибрежной территории, разработку планов, проектов или программ развития, и контроль их реализации, консолидируя научно-исследовательские, программно-аналитические и управленческие функции, тем самым являясь неким подобием кластерной структуры [17]. Для многих стран Балтийского моря характерен проектный подход и пространственное (территориальное) планирование с использованием ГИС-технологий [14]. Географические информационные системы (ГИС) позволяют собирать, хранить и анализировать пространственные данные, и являются важным инструментом для принятия взвешенных решений [15].

Одним из инструментов, включенных в Программу управления прибрежными зонами Австралии, является система грантов, поддерживающих проекты, нацеленные на реабилитацию, восстановление и улучшение прибрежных территорий страны [12]. В системе управления устойчивостью австралийских прибрежных зон важное место занимает информационная и методологическая поддержка. В принятом Руководстве по инженерному обеспечению прибрежных зон Австралии [9] подчеркивается обязанность всех береговых инженеров и прочих лиц, ответственных за принятие управленческих решений, понимать устройство прибрежной среды, её влияние на химические и биологические процессы, а также осознавать последствия своих решений. Помимо этого, в стране разработаны кодексы этики и поведения по принципам устойчивости для промышленных производств.



Основу управления прибрежными регионами Бразилии составляют национальный план, дополненный локальными планами развития, и эколого-экономическое зонирование территории. Посредством зонирования выделяются территории ограниченного использования прибрежной экосистемы, такие как песчаные дюны, мангровые заросли и места воспроизводства дикой фауны [10]. Аналогичный инструмент – функциональное зонирование – применяется при управлении земельными ресурсами в Российской Федерации. В данном случае территории подразделяются на зоны использования в режиме сохранности, зоны экологического адаптивного использования и прочие [2]. Данный подход, при его применении к прибрежным ландшафтам, позволит выделить наиболее легкоуязвимые, требующие особого статуса участки.

Политика и программы действий Республики Чили в целом направлены на сохранение ресурсов и снижение их эксплуатационной нагрузки. В сфере рыболовства контроль осуществляется посредством таких инструментов как учёт рыбопромышленников, реализация планов управления рыболовными участками и объявление закрытых сезонов для определённых видов рыб [5].

Подход некоторых стран Восточной Азии, таких как Малайзия, Филиппины и Индонезия, включает поощрение участия общества в управлении прибрежными территориями и принятии сопутствующих решений [13]. Региональная динамика и уникальность прибрежных территорий данных стран привели к переходу стран на децентрализованное управление, а именно к передаче полномочий и ответственности местным органам власти.

Изучение опыта различных стран мира позволяет сделать вывод, что подходы развитых стран отличаются централизованностью и комплексностью: большинство государств имеют национальные программы или планы развития, дополненные локальными территориальными аналогами. В то время как среди развивающихся стран наблюдается недостаток единства в управлении, в частности возникают расхождения отслеживаемых показателей при сопоставлении общих и региональных отчётов [13].

В качестве непосредственных участников и партнёров процесса управления прибрежными территориями большинства стран помимо государственных структур и региональных органов власти выступают университеты и институты экологической, географической и геологической направленности. Таким образом, субъектами управления комплексным устойчивым развитием прибрежных территорий являются как органы власти различных уровней и специализированные организации, так и научно-исследовательские организации, местное сообщество и бизнес. На рисунке 1 наглядно представлены инструменты из мировой практики, целью которых является формирование и поддержание условий устойчивого развития территорий.



Рисунок 1 – Современный инструментарий управления комплексным устойчивым развитием прибрежных территорий (составлено автором)

Данный управленческий инструментарий направлен на решение приоритетных задач развития, которые мы условно можем разделить на тактические и стратегические. Тактические задачи краткосрочны и связаны с решением текущих проблем, обеспечением надлежащего уровня жизни населения, эффективного функционирования экономики и поддержанием оптимального состояния окружающей среды. На решении данных задач строится текущая жизнедеятельность и динамика региона, что обеспечивает плавное развитие территорий. Стратегические задачи ориентированы на будущее и имеют средне- и долгосрочные перспективы. В данную категорию входит стимулирование развития отраслей и технологий, потенциально необходимых в будущем и разрабатываемых для решения не существующих на сегодняшний день проблем. Именно комплексное, совместное управление данными группами задач является важным фактором достижения устойчивого развития прибрежных территорий.

Проведённое исследование позволило выявить наиболее популярные и действенные практики управления устойчивостью развития прибрежных территорий. Полученный перечень охватывает финансовые, правовые, организационные, методические, стратегические, политические, технологические и комбинированные инструменты. Применимость того



или иного инструмента в качестве основы государственного управления устойчивым развитием прибрежных зон зависит от уровня развития территории, её удаленности или близости к состоянию устойчивости, государственных приоритетов, финансовых и ресурсных возможностей. Большинство стран, в той или иной степени присоединившихся к концепции комплексного устойчивого развития, внедряют и реализуют стратегические планы или программы развития. Проектное управление, как инструмент, актуально для достаточно развитых регионов с различными по своим характеристикам небольшими прибрежными участками, требующими индивидуального подхода и не вписывающимися в генеральные программы и планы (например, острова Швеции).

Пространственное (территориальное) планирование в совокупности с технологическими инструментами, такими как ГИС и МИС-технологии, является одним из важнейших инструментов в рамках концепции комплексного управления устойчивым развитием прибрежных регионов [16]. Основными преимуществами данного метода являются возможности формирования пространственной модели будущего и разрешения конфликтов землепользования. В отдельную группу инструментов научно-просветительской направленности вошли система выдачи грантов на поддержку природосберегательных и восстановительных проектов, а также методологическое обеспечение отраслей, формирующее должную компетенцию пользователей и потребителей прибрежных ресурсов. Следующий инструмент, заслуживающий внимания, это зонирование территории, позволяющее выделить особо уязвимые, требующие особого статуса участки прибрежной зоны. Данный инструмент используется как самостоятельно, так и в составе проектов или комплексных программ.

И, наконец, основой управления прибрежными территориями всех стран является нормативно-правовая база, включающая государственную политику и обширную законодательную базу. Эффективное применение всего ранее перечисленного инструментария невозможно и нецелесообразно без должным образом разработанной политики и законодательного закрепления основ реализуемой концепции. Главными документами, на основании которого формируются национальные программы, стратегии и проекты в сфере управления устойчивым развитием прибрежных территорий рассмотренных стран являются акты ООН и государственная политика.

Список литературы

1. Арумова Е.С., Битарова М.А. Особенности управления развитием прибрежной зоны: зарубежный опыт // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2017. – № 21(6). – С. 103-111. – URL: <https://science.swsu.ru/jour/article/view/271> (дата обращения: 21.04.22).
2. Бурило Н.А. Устойчивое развитие прибрежных территорий крупных сибирских городов. – URL: <https://mgsu.ru/resources/izdatelskaya-deyatelnost/izdaniya/izdaniya-otkrytosti/2021/potapovskiye-chteniya/030-035.pdf> (дата обращения: 24.04.22).

3. Цатхланова Т.Т., Эрендженева Д.Б., Эрдниева Э.В., Буркутбаева Н.А., Убушаева Б.Г. Направления комплексного развития прибрежных территорий региона // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 11. – С. 95-99.
4. Ястребова Н.А., Фёдорова Д.Н., Титова Д.А. Тенденции развития прибрежных зон и рекомендации по их применению на территории Волгограда // Инженерный Вестник Дона. – 2020 – № 9(69). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44558718> (дата обращения: 20.04.22).
5. Barragán Muñoz J. M. Towards Integrated Coastal Zone Management in Chile // Coastal Management. – 2005. – № 33(1). – С. 1-24. – URL: https://www.researchgate.net/publication/248987940_Towards_Integrated_Coastal_Zone_Management_in_Chile (accessed: 05.05.22).
6. Rahman S. Overcoming the Challenges of Sustainable Coastal Development in Southeast Asia. Heinrich Boll Stiftung. – URL: <https://th.boell.org/en/2018/09/28/overcoming-challenges-sustainable-coastal-development-southeast-asia> (accessed: 14.05.22).
7. Singh G.G., Cottrell R.S., Eddy T.D. and Cisneros-Montemayor A.M. Governing the Land-Sea Interface to Achieve Sustainable Coastal Development. – URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmars.2021.709947/full> (accessed: 24.04.22).
8. Coastal management in Brazil – A political riddle // Ocean & Coastal Management. – 2008. – № 51(7). – С. 536-543. – URL: https://www.researchgate.net/publication/223579146_Coastal_management_in_Brazil_-_A_political_riddle (accessed: 05.05.22).
9. Coastal Zone Management Program 2020-21 Achievements // Western Australian Planning Commission. Department of planning, lands and heritage. – URL: https://www.wa.gov.au/system/files/2022-02/Coastal_Zone_Management_Program.pdf (accessed: 05.05.22)
10. Decentralized Coastal Zone Management in the Southeast Asian Region: Tales from Three Countries // UNNFF Inaugural Asia-Pacific Alumni Meeting. – URL: https://www.un.org/depts/los/nippon/unnff_programme_home/alumni/tokyo_alumni_presents_files/alum_tokyo_siry.pdf (accessed: 05.05.22)
11. ICZM Plans for Sustaining Coastal and Marine Human-ecological Networks in the Baltic Region // European MSP Platform. – URL: <https://maritime-spatial-planning.ec.europa.eu/projects/iczm-plans-sustaining-coastal-and-marine-human-ecological-networks-baltic-region> (accessed: 20.05.22)
12. Spatial Planning in the Coastal Zone of the East Asian Seas Region: Integrating Emerging Issues and Modern Management Approaches. Interim Edition, November 2011 // UNEP. – URL: <https://www.issueelab.org/resources/17770/17770.pdf> (accessed: 24.04.22)
13. The National Coastal Zone Management Program // Office for coastal management. National oceanic and atmospheric administration, USA. – URL: <https://coast.noaa.gov/czm/> (accessed: 05.05.22).

© Копырин А.С., Видищева Е.В., 2022

УДК 004

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИНЦИПОВ И КРИТЕРИЕВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ

Копырин А.С.

кандидат экономических наук, доцент
научный сотрудник, ФИЦ СШ РАН

Значение туризма как отрасли в мировой экономике возрастало на протяжении последних 50 лет. Внедрение цифровых технологий коренным образом изменило индустрию туризма. Быстрое развитие Интернета открыло



новые возможности для туризма, и появился термин цифровой туризм. Цель работы состоит в том, чтобы исследовать современные тенденции цифрового туризма и определить модели цифровой трансформации отрасли, которые будут способствовать улучшению автоматизации и оцифровки туристических процессов, экономики страны.

Ключевые слова: цифровой туризм, цифровая трансформация, искусственный интеллект, модель, туристские регионы, курортная дестинация.

Значение туризма как отрасли в мировой экономике возрастало на протяжении последних 50 лет. В некоторых странах и регионах туризм и связанный с ним сектор экономики стал стержневым для развития территорий.

Бурное развитие привело к возникновению перекосов и проблем в традиционном туризме [1]. Например, маршруты туристов всегда определяются пассивно, нет возможности управлять посещениями, продвигать новые дестинации и активности. Традиционный туризм остро нуждается в реформировании, что особенно усугубилось тенденциями последних лет.

Внедрение цифровых технологий коренным образом изменило индустрию туризма. С момента внедрения первой глобальной системы распределения новые информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) постоянно влияли на индустрию туризма, причём внедрение ИКТ инициировало несколько волн фундаментальных преобразований [2]. Самая последняя волна технологических преобразований была названа цифровизацией, которая привела к сдвигу во всей экосистеме путешествий [3]. Быстрое развитие Интернета открыло новые возможности для туризма, и начал появляться термин цифровой туризм. «Умный» или цифровой понимается как использование оперативных данных в режиме реального времени для анализа, моделирования, визуализации и интеграции рассуждений в решения в режиме реального времени для создания большей ценности для конечного пользователя [4]. Данное понятие можно определить как туризм, поддерживаемый комплексными усилиями различных акторов дестинации по сбору, агрегированию и использованию данных, полученных из разнообразных структурированных и полуструктурированных источников, в сочетании с использованием передовых технологий для преобразования этих данных в знания и рекомендации для бизнеса с чётким акцентом на повышение его эффективности [5].

Зарождающаяся индустрия цифрового туризма характеризуется клиентоориентированностью и высокой степенью персонализации, а также бумом онлайн-дистрибуции, включая мобильные каналы.

Несмотря на большие перспективы развития интеллектуального туризма, экосистемы интеллектуального туризма также испытывают ряд проблем с конфиденциальностью, безопасностью и управлением данными.

Цель работы состоит в том, чтобы исследовать современные тенденции цифрового туризма и определить модели цифровой трансформации отрасли, которые будут способствовать улучшению автоматизации и оцифровки туристических процессов, экономики страны, созданию большей занятости, особенно в вовлеченных сообществах, более заметному туристическому предложению в национальном и международном уровнях, генерирование нового туристического опыта, основанного на технологиях и позволяющего лицам принимающим решения более эффективно работать.

Современные тенденции развития цифрового туризма

В последние годы цифровая трансформация туристического сектора изменила спрос и предложение на данном рынке, предлагая все большее взаимодействие в этой отрасли, а Интернет стал важнейшим маркетинговым инструментом, способствующим обмену информации в деловых целях [6]. Цифровизация коренным образом изменила организационные структуры и бизнес-процессы обмена информации. Таким образом цифровизация влияет на организационную культуру [7], продвигает новые бизнес-модели [8] и перестраивает отношения между компаниями и потребителями [9].

В туристическом секторе уже существует несколько технологических решений, таких как TripAdvisor, Яндекс.Путешествия и airbnb.com и т. п., которые обеспечивают прямой канал между поставщиками и потребителями, снижая зависимость от посредников [10]. Эти инструменты приобрели популярность в последние годы, демонстрируя растущую важность электронного туризма для удовлетворения туристических потребностей [11].

Однако с развитием технологий обычные веб-сайты начали устаревать, поскольку в последнее время появились новые понятия, которые массово используются для решения проблем индустрии следующего технологического уклада. К ним можно отнести аддитивное производство, искусственный интеллект, большие данные, блокчейн, Интернет вещей и машинное обучение [12].

В индустрии туризма также использовались некоторые данные технологий, которые представляют собой фундаментальную основу для обеспечения персонализированного туристического опыта и достижения цифровой трансформации в секторе в направлении более интеллектуальных и конкурентоспособных систем.

Создание цифровых двойников локальных предприятий и ресурсов позволяет создавать модели сотрудничества, побуждая туриста идентифицировать себя с основными характеристиками курортной дестинации.

Обобщённая модель цифровой трансформации

На основе проведённого обзора специализированной литературы представим обобщённую модель цифровой трансформации для активи-



зации туристического сектора, которая представляет интеграцию основных задействованных аспектов, способствующих глобальному видению и основанную на использовании текущих и развивающихся технологий.

Модель включает в себя пять компонентов [13]:

1. технологический компонент;
2. управленческий компонент;
3. процессный компонент;
4. инновационный туристский продукт;
5. цифровой турист.

Рассмотрим эти части подробнее.

1. Технологический компонент. Данная часть модели включает в себя два аспекта: технологическую инфраструктуру и инновации. Технологическая инфраструктура направлена на обеспечение необходимой программно-аппаратной поддержки для цифровой трансформации туристического сектора, такой как серверы, сети и телекоммуникации, хранение данных и информационная безопасность.

Аналогичным образом, поддержка больших объёмов данных (Big Data) из различных источников позволяет получать неявные, оцифрованные и передаваемые знания для всех инстанций и служб технологической структуры. Системы знаний, основанные на искусственном интеллекте (ИИ), позволяют быстро принимать решения и проводить постоянные улучшения. Сектор цифрового туризма должен включать инструментарий совместной работы, управления, возможность вести электронную документацию, а также надежные облачные платформы, которые обеспечивают универсальный и постоянный доступ к новым, улучшенным услугам и оцифрованным туристическим продуктам.

Что касается инноваций, то посредством генерации новых предложений необходимо совершенствовать туристическое предложение. В настоящее время интерес вызывают инновации с использованием машинного обучения, применяемого к большим данным с прогностическим анализом, что позволяет предлагать туристам новые и лучшие впечатления, среди которых рассматривается создание интеллектуальных туристических направлений, инновационное туристическое пространство, доступное для всех, повышающее удовлетворённость туристов и качество жизни населения дестинации; и новые предложения по цифровым туристическим продуктам, таким как виртуальные экскурсии по различным туристическим местам.

Эта часть модели нужна для технологической поддержки цифрового туризма, что влечёт за собой развитие технологий, новые способы ведения бизнеса и изменения в экосистеме, связанной с сектором туризма.

2. Управленческий компонент. Он включает в себя набор нормативных документов, разработанных с участием различных социальных субъектов, как государственных, так и частных, которые направлены на повышение качества жизни и здоровья туристов и локального населения.

Управление сектором должно быть интегрировано и оцифровано таким образом, чтобы оно позволяло своевременно принимать решения, и все акторы могли вносить свой вклад и улучшать процессы в этом секторе. Аналогичным образом, данный компонент предусматривает планирование инвестиций и контроль их реализации. Администрация дестинации должна скоординированно работать с туристическими посредниками для достижения поставленных целей трансформации.

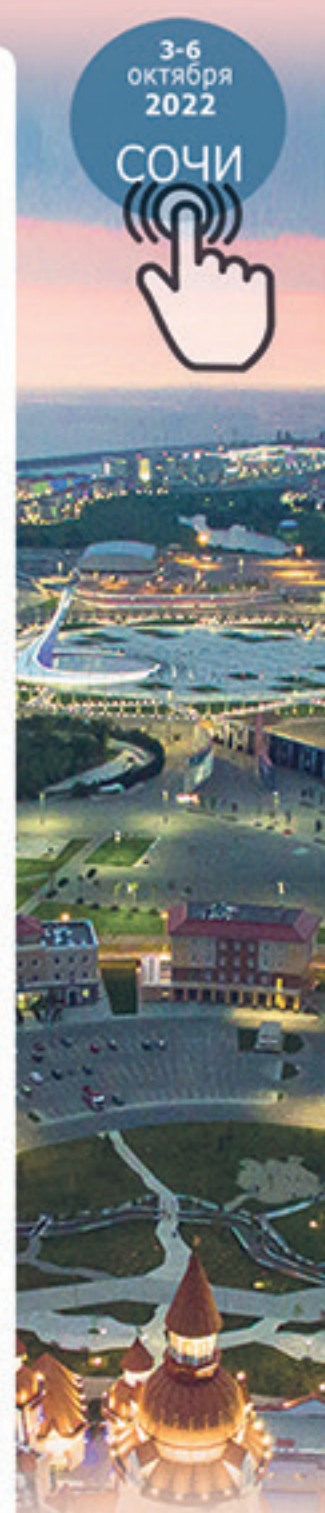
Управление качеством оцифрованного туристического процесса и качеством предлагаемых продуктов и услуг являются приоритетом при анализе данного компонента модели, что позволяет их характеризовать, анализировать, улучшать и прогнозировать. Качество, в данном контексте, — это удовлетворение потребностей и ожиданий туристов на основе полученных и сформулированных ценностей.

Технологические решения, которые могут поддерживать данные процессы включают большие данные и использование машинного обучения.

3. Процессный компонент. Данную часть модели можно разделить на несколько составляющих: цифровой маркетинг, коммуникация, управление посредниками. Все они предполагают выстраивание новых эффективных каналов коммуникации с туристами; таких как использование социальных сети, мобильные приложения и каналы послепродажного обслуживания.

Технологии, которые поддерживают данный компонент включают электронную почту, платформы для видеозвонков и корпоративные социальные сети. Каналы продаж также можно рассматривать в контексте использования единого цифрового туристического информационного центра, который включает соответствующую информацию о продуктах и услугах предлагаемого нового типа цифрового туризма.

4. Инновационный туристский продукт. Данная часть предполагает управление характеристиками туристского продукта. Цель этого процесса состоит в том, чтобы создавать новые цифровые туристические продукты, улучшать существующие и способствовать улучшению курортных дестинаций. Предлагаемые цифровые туристические продукты должны разрабатываться на основе анализа данных, который позволяет получать информацию о потребителях (туристах) и рынке (глобальная цифровая среда), позволяя аккумулировать дополнительные выгоды от использования технологий, улучшая туристический опыт.



Благодаря применению аналитики данных можно генерировать прогнозные модели, которые позволяют разрабатывать инновационные, персонализированные продукты в соответствии с тенденциями туристической экосистемы. Инновационные туристические продукты предполагают применение виртуальной реальности, дополненной реальности, искусственного интеллекта с помощью помощников и использование QR-кодов (Quick Response) для доступа к туристической информации.

5. Компонент Цифрового туриста. Под цифровым туристом понимается любое лицо, которое пользуется любыми туристическими услугами, предлагаемыми с помощью электронных платформ и технологических решений. Цифровой турист обладает следующими характеристиками: гиперсвязанность с социальными сетями, использование цифровых платформ и онлайн-приложений, управление цифровыми компетенциями, способность искать и анализировать информацию в Интернете. Предполагается, что подобный потребитель ценит природные и культурные ресурсы и любит делиться своим опытом в цифровых медиа. Реальные изменения в цифровой трансформации будут сосредоточены на туристе и на ценности, которую приносят прорывные технологические туристические предложения.

Данная работа предполагает обобщение современных тенденций развития туризма в цифровой сфере и предлагает модель цифровой трансформации сектора. Под влиянием цифровизации в современной мировой индустрии туризма развивается целый ряд бизнес-стратегий, основанных на новых интеллектуальных технологиях.

Принимая во внимание, что цифровая трансформация затрагивает людей, процессы и технологии, можно сделать вывод, что цифровая трансформация в секторе туризма Краснодарского края находится на начальной стадии, технология существует, но вовлеченные организации ещё не имеют культуры, предполагающей её комплексное применение; аналогично, туристические процессы для большинства стейк-холдеров не оцифрованы, что порождает нестабильный, неопределенный, сложный и двусмысленный сценарий, который не позволяет привлекать туристов на современном инновационном уровне.

Список литературы

1. Gretzel U. et al. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems // Computers in Human Behavior. — 2015. — № 50. — P. 558-563.
2. Solvoll S., Alsos G.A., Bulanova O. Tourism entrepreneurship-review and future directions // Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. — 2015. — № sup 1. — P. 120-137.
3. Harrison C. et al. Foundations for smarter cities // IBM Journal of research and development. — 2010. — № 4. — P. 1-16.

4. Gretzel U. et al. Smart tourism: foundations and developments //Electronic markets. – 2015. – № 3. – P. 179-188.
5. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research // Tourism management. – 2008. – № 4. – P. 609-623.
6. Vial G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda // Managing Digital Transformation. – 2021. – P. 13-66.
7. Rohn D. et al. Digital platform-based business models – An exploration of critical success factors // Journal of Engineering and Technology Management. – 2021. – Т. 60. – P. 10-16.
8. Reuschke D., Mason C., Syrett S. Digital futures of small businesses and entrepreneurial opportunity // Futures. – 2022. – Т. 135. – P. 10-28.
9. Quagliione D. et al. Cultural capital and online purchase of tourism services // Annals of Tourism Research. – 2020. – Т. 80. – P. 10-27.
10. Spieske A., Birkel H. Improving supply chain resilience through industry 4.0: A systematic literature review under the impressions of the COVID-19 pandemic //Computers & Industrial Engineering. – 2021. – Т. 158. – P. 107-132.
11. Alarcón R. et al. Digital Transformation Model for the Reactivation of the Tourism Sector in the COVID-19 Environment of the Lambayeque Region //Brazilian Technology Symposium. – Springer, Cham, 2020. – P. 187-195.

© Копырин А.С., 2022

УДК 379.85 (571.621)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМОРСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Косолапов А.Б.

доктор медицинских наук,
профессор кафедры туризма,
Московский государственный
университет спорта и туризма

Бобрынова Е.В.

магистрант,
Московский государственный
университет спорта и туризма

В статье рассматривается современное состояние рекреации и туризма на приморских территориях Дальнего Востока. Анализируются приоритетные проблемы, препятствующие дальнейшему росту внутренних туристских потоков, ориентированных на побережье Тихого океана. Обозначены ключевые направления оптимизации региональной пространственной структуры региональных территориально-рекреационных систем Дальнего Востока.

Ключевые слова: Дальний Восток, приморские территории, туризм, рекреация, туристская инфраструктура, туристские потоки.

В Национальной программе социально-экономического развития Дальнего Востока на период 2024 г. и на перспективу до 2035 г. [8], туризм



отнесён к одной из ключевых отраслей экономики, способствующей ускоренному экономическому росту региона. Наибольшие инфраструктурные преобразования запланированы в приморских туристско-рекреационных системах (ТРС), играющих важную роль в пространственной организации хозяйственной деятельности ввиду их высокой социально-экономической значимости для развития Дальневосточного региона. Побережья морей и океанов формируют 3/4 мирового туристского потока, приморские регионы, ориентированные на развитие рекреации и туризма, способствуют развитию урбанизированных структур с высокой концентрацией населения и его высокой занятостью [9]. Приморские территории Дальнего Востока сочетают в себе широкий спектр аттрактивных элементов для туризма и отдыха на основе уникальных наземных и морских ресурсов [2]. В результате на стыке «суша-море» реализуются разнообразные туристско-рекреационные потребности как местного населения, так и рекреантов, прибывающих из различных районов РФ и стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Территориальная организация туристско-рекреационной деятельности в пределах приморских территорий Дальнего Востока формируется вследствие объединения морской и континентальной форм туристской индустрии и социально-экономической деятельности. Приморскую туристско-рекреационную систему можно представить как «функциональную подсистему приморской территориальной системы с присущими ей свойствами и ресурсами, характеризующуюся пространственными, социально-экономическими, политическими, экологическими и иными факторами развития, целью функционирования которой является удовлетворение туристско-рекреационных потребностей людей при соблюдении интересов всех сторон, связанных с процессом приморского природопользования» [7].

На протяжении десятков лет развитие туризма на приморских территориях Приморского, Хабаровского, Камчатского краев, Хабаровского края и Магаданской области носило стихийный характер и в соответствии с общемировой тенденцией определялось преимущественно комфортными (или относительно комфортными) природными условиями и наличием привлекательных историко-культурных ресурсов. Соответственно, основные туристские потоки были направлены в основном в тёплое время года в наиболее освоенные южные районы Дальневосточного Федерального округа (ДФО): Приморский край, юг Хабаровского края, южные районы Сахалинской области и Камчатского края. Эта объективная тенденция сохраняется и в настоящее время, однако появление и развитие идей туристско-рекреационной кластеризации привело к расширению территориальных границ, в пределах которых с разной степенью активности развивается индустрия отдыха и туризма. В каждом из

упомянутых административно-территориальных образований разработаны Стратегии развития туризма на период до 2035 г., выделены границы перспективных туристско-рекреационных кластеров, усилена всесезонная туристская специализация средств размещения и досуга.

В Приморском крае, имеющем наивысший в приморской зоне Дальнего Востока рекреационный потенциал [6], развиваются преимущественно пляжно-купальный, круизный, экологический, историко-культурный и другие виды туризма [1].

В Сахалинской области преобладает экологический, историко-культурный, спортивный и круизный туризм.

В Камчатском крае основные туристские потоки формируются за счёт экскурсионных предложений местных турфирм (в Долину гейзеров Кроноцкого заповедника, на вершины вулканов и др.), а также экологическими и научно-познавательными турами.

В границах приморских территорий Дальнего Востока в соответствии со сложившимися туристскими предпочтениями в настоящее время насчитывается более двух десятков туристских дестинаций разной степени освоенности. Они объединены в следующие приморские ТРС, наиболее перспективные для дальнейшего развития инфраструктуры туризма:

- в Приморском крае – Южно-Приморская ТРС (Владивосток, Артём, Надеждинский, Хасанский, Шкотовский районы);
- в Сахалинской области – Южно-Сахалинская ТРС (г. Южно-Сахалинск, Анивский, Корсаковский, Невельский, Долинский, Холмский районы);
- в Камчатском крае – Авачинско-Елизовская ТРС (г. Петропавловск-Камчатский, Елизовский район).

Приморские ТРС Дальнего Востока сформировались и продолжают развиваться в границах наиболее крупных населённых пунктов и на прилегающих территориях в радиусе 30–50 км. Однако дальнейшее региональное развитие рекреации и туризма на Дальнем Востоке сдерживается наличием проблем системного характера, требующих решения на разных уровнях управления (государственного, муниципального, отраслевого) [5].

Проблема 1. Выраженная неоднородность территориального распределения рекреационных ресурсов и, как следствие, – диспропорция в направленности туристских потоков, приводящая к локальной дигрессии растительности и ухудшению экологической ситуации на особо ценных природных территориях. Многолетние исследования рекреационного потенциала и туристской специализации регионов Дальнего Востока [3, 4], выявили значительный дисбаланс в степени рекреационной освоенности приморских территорий. Тенденция к чрезмерной рекреационной нагрузке отмечается в летний период во Владивостокском континентальной ТРС и не затрагивает острова Архипелага



Императрицы Евгении. Несмотря на отсутствие природно-ресурсных ограничений для расширения сети средств размещения на островах Попова, Рейнеке, Путятин и др., а также в Находкинско-Ливадийской и Хасанской ТРС, приморская туристская инфраструктура на этих территориях развита совершенно недостаточно. Эта ситуация связана с различными причинами, главные из которых:

– высокие авиационные тарифы, сдерживающие туристский поток на Дальний Восток из Восточной и Западной Сибири и тем более, из центральных регионов России;

– завышенные региональные тарифы на электроэнергию при низком уровне газификации населённых пунктов, несмотря на прохождение по территории юга Дальнего Востока газопровода с острова Сахалин в европейскую часть России и в страны Западной Европы. В результате практически повсеместно отмечается несоответствие качества предоставляемых сервисных услуг их стоимости;

– короткий период пляжно-купальной рекреации, не превышающий даже на юге Дальнего Востока 90 дней (с 15 июня по 15 сентября). В результате малые средства размещения на побережье Японского моря на фоне повышенного туристского спроса в летний период, устанавливают высокие цены на размещение и не заинтересованы в улучшении своей материально-технической базы. Более 60 % баз отдыха в Хасанском районе Приморского края не имеют горячего водоснабжения, почти 35 % располагают только уличными туалетами, у 30 % – отсутствуют пункты общественного питания.

Проблема 2. В процессе рыночных преобразований, начавшихся после распада СССР, традиционная лечебно-оздоровительная специализация ТРС была трансформирована в более прибыльные виды деятельности: купально-пляжный отдых, организацию развлекательных мероприятий у моря. Удельный вес санаториев и пансионатов с лечением в 2001–2021 гг. на юге Дальнего Востока сократился с 17,1 % до 9,3 %. В 2004 г. в санаторно-курортной зоне г. Владивостока прекратил работу бальнеологический курорт Всероссийского значения «Садгород». В результате инженерных и градостроительных просчётов при выборе места для микрорайона на восточном берегу Амурского залива и ввода в эксплуатацию низководного моста морская иловая лечебная грязь залива Угловой стала непригодной для физиотерапевтического лечения. Одновременно произошла деградация почвенно-растительного покрова побережья, примыкающего к Транссибирской магистрали.

Проблема 3. В начале 2000–ых гг. в Приморском, Хабаровском, Камчатском краях и на юге Сахалина получили развитие международный круизный и внутренний экологический туризм. Каждое из этих направлений

демонстрировало устойчивый ежегодный рост и имело хорошие перспективы, однако в силу различных причин (геополитических, антропогенных и др.) в настоящее время находится в состоянии устойчивой стагнации. Экономически выгодная ориентация на приём иностранных туристских судов или дорогие вертолетные экскурсии в Долину гейзеров на Камчатке не сопровождались одновременным развитием массовых бюджетных видов туризма. Допущенные стратегические просчёты в развитии рекреации и внутреннего туризма в ДФО привели к массовому уходу с туристского рынка предприятий малого среднего бизнеса после закрытия государственных границ в результате пандемии COVID-19 и усугубились обострением международных противоречий в начале 2022 г.

Анализ генеральных планов развития приморских рекреационных территорий Приморского, Хабаровского, Камчатского краев и Сахалинской области позволил обозначить ключевые направления оптимизации региональной пространственной структуры ТРС:

– проведение функционального зонирования береговых зон, включая размежевание селитебных и рекреационных территорий и устранение имеющихся конфликтов в землепользовании;

– реконструкция приморских туристских центров, объединяющих приморские базы отдыха, обустройство дорожно-тропиночной сети в местах массового скопления рекреантов;

– реализация новых инвестиционных и инфраструктурных проектов в депрессивных районах Амурского и Уссурийского заливов Японского моря для переориентации туристских потоков и разгрузки Владивостокско-Артёмовской агломерации;

– соблюдение норм застройки с сохранением высоких эстетических свойств среды и единства стиля приморских туристско-рекреационных комплексов.

Частичное устранение влияния на туристскую активность населения фактора сезонности возможно при дополнении пляжно-купальной рекреации активными видами внутреннего туризма: экологического, экскурсионно-познавательного, лечебно-оздоровительного. Проблема высоких транспортных тарифов, препятствующих росту туристского потока из Восточной и Западной Сибири и центральных районов России, должна решаться и уже решается на государственном уровне. Примером могут служить субсидированные авиационные перевозки лиц в возрасте до 23 лет, женщин старше 55 лет, мужчин старше 60 лет, а также некоторые другие категории граждан (инвалиды, члены многодетных семей и др.).

Исследований, устанавливающих зависимость интенсивности туристских потоков, ориентированных на Дальний Восток от введения субсидированных тарифов, до настоящего времени не проводилось. Также не приведены экономические обоснования влияния возможного снижения энерготарифов на увеличение числа туристских прибытий на



Дальний Восток. Таким образом, дальнейшие исследования проблем развития приморских ТРС Дальнего Востока предполагают оценку влияния различных факторов на их функциональную и пространственную структуры и поиск моделей оптимизации рекреации и туризма на принципах региональной и общероссийской социальной, экономической и экологической сбалансированности.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №20-55-18010 Болг_а.

Список литературы

1. Бакланов П.Я. Направления долгосрочного развития Дальневосточного региона России // Вестник ДВО РАН. – 2019. – № 4. – С. 6-18.
2. Борисов Р.В. Оценка рекреационной ёмкости ландшафтов острова Русский (Японское море) // География: развитие науки и образования. LXX Герценовские чтения. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. – С. 124-129.
3. Косолапов А.Б. Критерии оценки эффективности рекреационного использования островных рекреационных территорий // Научный вестник МГИФКСиТ. – 2020. – № 4. – С. 41-51.
4. Лозовская С.А. Медико-географические исследования в Тихоокеанском институте географии ДВО РАН // Тихоокеанская география. – 022. – № 2. – С. 5-15.
5. Мошков А.В. Пространственные особенности формирования Дальневосточной туристско-рекреационной зоны России // Этносоциум и межнациональная культура. – 2021. – № 2. – С. 50-65.
7. Яковенко И.М. Приморские туристско-рекреационные системы: подходы к понятию и типологии // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2021. – № 2. – С. 73-88.
8. Национальная программа социально-экономического развития Дальнего Востока на период 2024 г. и на перспективу до 2035 г. / Утверждена распоряжением Правительства РФ от 24 сентября 2020 г. № 2464-р. – 128 с. / <https://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-24092020-n-2464-r/> (дата обращения: 12.09.2022).

© Косолапов А.Б., Бобрынова Е.В., 2022

УДК 338.48

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА СРЕДИ СТУДЕНТОВ МОСКВЫ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Костина Е.Е.
студентка,

*Высшая школа социально-гуманитарных наук,
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова*

Каверина Н.А.
кандидат философских наук,
доцент кафедры политологии и социологии,
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Работа содержит результаты эмпирического исследования, проведённого с целью изучения востребованности музейного туризма среди студенческой молодёжи города Москвы. Музейный туризм в данном случае рассматривается в контексте отождествления его с культурным туризмом. Посредством

проведения социологического опроса студентов вузов Москвы выявлены популярные туристические направления, сформулированы основные причины и препятствия для посещения музеев во время путешествий, сформированы рекомендации по совершенствованию музейного туризма для повышения его востребованности среди студенческой молодежи.

Ключевые слова: музейный туризм, культурный туризм, внутренний туризм, студенческая молодежь, музейные маршруты России.

Россия, помимо обширных территорий и большого количества населяющих их народов, обладает вместе с тем и богатым культурным наследием. Культурное наследие, в свою очередь, позволяет «сохранить единое культурное пространство Российской Федерации и одновременно выявить самобытность отдельных её регионов и каждого проживающего в ней народа» [2]. Ценность такого наследия, с одной стороны, позволяет выстраивать вектор развития культурной сферы в России, а с другой – определяет привлекательность различных туристических направлений. Культурный туризм становится фактором повышения ценности уникального и самобытного культурного наследия России. Вместе с тем в нашей стране понятия культурного и музейного туризма отождествляются, потому что «около шестидесяти процентов внутреннего туристического потока приходится именно на него. Если же речь идёт о въездном туризме, то музейный туризм превышает восемьдесят процентов, потому что в основном интерес зарубежных туристов концентрируется на объектах культурного наследия» [5]. А музейный туризм направлен на использование туристского потенциала музеев и территорий, прилегающих к ним. Его обозначают также, как «специфическая деятельность музеев в сфере культурного туризма по производству и реализации различных туристских продуктов музейного характера: создание экспозиций, организация внутренних и внешних экскурсий, наличие музейных магазинов» [3]. Отсюда становится очевидным, что развитие музейной сферы во многом определяет и развитие культурной сферы в России в целом.

Авторы исследования уже занимались изучением проблем и тенденций в сфере внутреннего туризма в России посредством проведения социологического опроса в сентябре 2021 г. В качестве объекта исследования и тогда выступала современная студенческая молодежь, которая рассматривается как поколение, формирующее наше ближайшее будущее. Исследование продемонстрировало, что «для привлечения большего количества молодежи в туристические зоны России необходимо активнее рекламировать их, развивать инфраструктуру, повышать качество предоставляемых услуг для соответствия мировым стандартам» [4], поэтому



у нас появился особый исследовательский интерес к изучению востребованности музеев во время путешествий студенческой молодежи по России для повышения осведомлённости об актуальных желаниях и приоритетах современной студенческой молодежи в области музейного туризма. С целью изучения востребованности музейного туризма среди студенческой молодежи города Москвы в сентябре 2022 г. было проведено социологическое исследование «Востребованность музейного туризма среди студентов вузов Москвы». Метод сбора первичной информации – анкетирование. Объектом исследования являлись студенты вузов Москвы. Всего было опрошено 176 студентов вузов Москвы разных направлений. Сбор данных осуществлялся при помощи интернет-платформы Google Forms.

В результате проведения опроса выяснилось, что две трети респондентов (63,6 %) путешествуют по России всего 1–2 раза в год, и лишь 16,5 % студентов путешествуют регулярно. Суммарный процент не путешествующих респондентов составляет почти 20 %, при этом 14,8 % респондентов из них хотят начать путешествовать.

Санкт-Петербург оказался самым привлекательным туристическим направлением в России по мнению 73,9 % респондентов. Возможно, такой выбор связан с актуальной политической обстановкой. Также лидирующие позиции заняли путешествия в Калининград (47,7 %), и лишь на третьем месте оказалось такое туристическое направление, как Краснодарский край (39,8 %). Самыми непопулярными направлениями для путешествий оказались Нижний Новгород (13,1 %) и города Золотого кольца России (29,5 %). Стоит отметить, что по результатам исследования отношения молодежи к внутреннему туризму, проведённого в сентябре 2021 г., 60 % респондентов хотели бы отправиться в тур по городам Золотого кольца России, а путешествия в Москву занимали одну из лидирующих позиций. Такие изменения могут свидетельствовать о чрезмерно большом потоке туристов в указанные туристические направления в 2022 г. в силу удобства их территориального расположения.

Вместе с тем более трети респондентов (35,5 %) вовсе не считают необходимым во время путешествий посещать музеи. Привлечь их к посещению музея может только особенно интересная экспозиция. Однако суммарно две трети опрошенных студентов видят в посещении музеев во время путешествий по России особую необходимость. 32,4 % опрошенных не посещают музеи только тогда, когда туристические маршруты не предоставляют такую возможность, а 30,1 % респондентов считают необходимым всегда посещать минимум один музей.

86,6 % студентов имели опыт путешествий за границу, а 11,4 % путешествовали только по России. Наиболее привлекательными зарубежными направлениями респонденты называют страны Европы, Азии, США, Армению, Турцию, Египет. 28,7 % респондентов считают, что востребованность музейного туризма в зарубежных странах на том же уровне, что и в России. 26,3 % респондентов отмечают незначительное превосходство зарубежных стран, и 17 % отмечают более высокую востребованность музейного туризма в России.

По результатам опроса прослеживается желание студенческой молодёжи развиваться и расширять кругозор в культурной сфере. Так, 83 % опрошенных посещают музеи для культурного просвещения, и 61,9 % опрошенных посещают музеи для погружения в определённую культуру. Особый интерес вызывает третья по популярности позиция – возможность посетить музей на льготных условиях (39,2 %). Это означает, что весомым для посещения музея студенческой молодёжью выступает денежный фактор. Поиск новых смыслов, известность места и возможность сделать красивую фотографию также пользуются популярностью среди респондентов, а почти четверть опрошенных посещают музеи, чтобы удивиться и абстрагироваться от внешнего мира.

Главным препятствием для посещения музеев 63,6 % студентов назвали неинтересные экспозиции. Для 56,3 % респондентов нежелание посещать музеи вызвано дороговизной билетов и отсутствием льгот. Неразвитая инфраструктура музея, технические неполадки при покупке билета и отсутствие желания для посещения музеев также выступали довольно популярными препятствиями для молодёжи. Технические неполадки, в свою очередь, выступают довольно злободневной проблемой для московских студентов-туристов, поскольку результаты опроса показывают, что 46,6 % опрошенных испытывают сложности с поиском официальной и актуальной информации о музеях во время путешествий по России, и 41 % студентов без особых трудностей находят необходимую информацию о них.

61,9 % респондентов готовы уделять посещению музеев во время путешествий 1–2 часа в день, и почти четверть готова уделять этому занятию 3–5 часов в день. Вместе с тем треть респондентов (30 %) считает необходимым прибегать к услугам экскурсоводов во время путешествий по России в силу их компетентности, и 29 % опрошенных прибегает к их услугам «время от времени». По результатам опроса 76,7 % респондентов активно или в основном активно проводят свое время в период путешествий и отдыха. Такие результаты свидетельствуют о желании студентов развиваться, проявлять физическую активность, более глубоко погружаться в определённые экспозиции и, соответственно, получать более углублённый уровень осведомлённости в различных сферах.



Абсолютное большинство респондентов знают о возможности получения российской молодёжью с 14 до 22 лет Пушкинской карты. Однако 33,5 % опрошенных ей даже не пользовались, почти 20 % опрошенных пользовались ей лишь однажды, и ровно четверть опрошенных пользуются картой активно. Результаты свидетельствуют о достаточно низкой популярности подобной льготы среди студенческой молодёжи Москвы. Вместе с тем для повышения вовлечённости в культурную среду России Министерство культуры РФ предложило реализовать проект «Музейные маршруты России», который посредством организации выездных мероприятий по субъектам РФ, выставок, проектно-аналитических выставок и других мероприятий позволил бы повысить посещаемость музеев, расширить «культурный кругозор» граждан и сформировать основу для успешного развития отечественного музейного туризма. В рамках проведённого нами исследования выяснилось, что 72,7 % респондентов не знают об этом проекте, и лишь 16,5 % опрошенных студентов обладают поверхностными знаниями о нём. А поскольку респонденты однозначно отметили высокую популярность музейного туризма среди молодёжи в России, можно сделать вывод, что студенческая молодёжь сегодня скептически относится к подобным государственным проектам, или до неё вовсе не доходит информация об их создании, что свидетельствует о необходимости их рекламы.

Для определения категорий, по которым студенты оценивают музеи, респонденты в ходе исследования указывали лучшие музеи из посещённых ими. По их мнению, самыми впечатляющими и часто упоминающимися российскими музеями оказались: Государственная Третьяковская галерея в г. Москве, Государственный Эрмитаж в г. Санкт-Петербурге, Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина в г. Москве, Центральный музей Вооружённых сил в г. Москве, Кунсткамера и музей Фаберже в г. Санкт-Петербурге. Среди культурных объектов зарубежных стран респонденты особо выделили: Театр-музей Дали в Испании, музей Лувра во Франции, музей Ван Гога в Нидерландах, Мемориальный комплекс Хатынь в Белоруссии. Студенты в качестве аргументации своего выбора использовали такие категории, как масштаб музея, инфраструктура музея, наличие прогулочного маршрута, интерактивность экспозиции, историческая ценность экспонатов, а также «атмосферность» экспозиции и мода на это место среди молодёжи.

Активная позиция респондентов позволила выявить ряд рекомендаций по повышению востребованности музейного туризма среди студенческой молодёжи. Студенты отметили необходимость наличия льготных условий для посещения музеев и их активной рекламы.

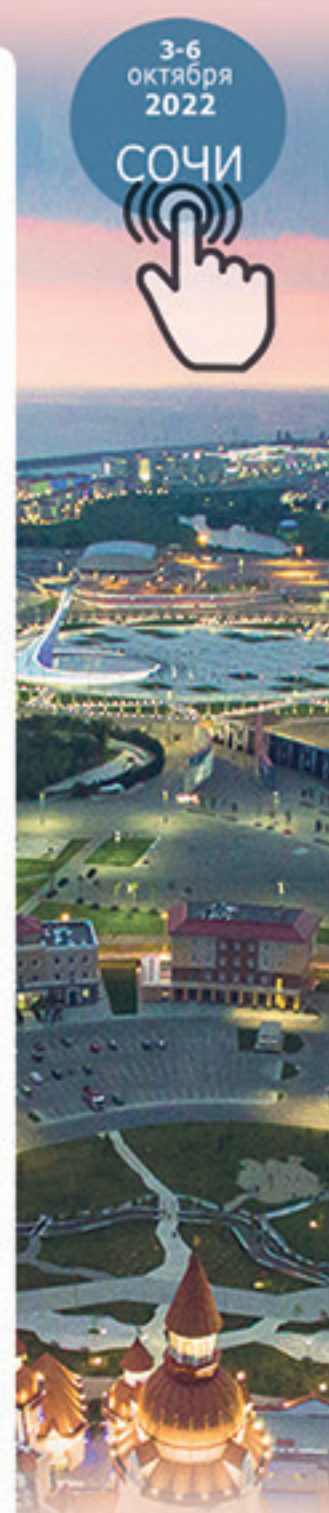
«Глобальное» освещение и даже пропаганда деятельности музеев и туризма в целом позволит, по мнению респондентов, повысить осведомлённость студентов об экспозициях и вызвать желание их посетить, причём рекламная кампания со стороны «лидеров мнений», блогеров и университета с большей вероятностью будет успешной. Пополнение Пушкинских карт чаще одного раза в год и создание проектов, подобных Пушкинской карте, а также подарки или надбавки к стипендии в вузе выступят мотивирующим фактором для популяризации музейного туризма в студенческой среде. Вместе с тем особо респонденты отмечают, что востребованность музейного туризма повысится, когда экспозиции станут интерактивными и шокирующими, а работники музеев и экскурсоводы будут «гореть» своим делом. Улучшение инфраструктуры и доступности музеев, а также создание фотозон и стильного интерьера также выступают важными факторами для повышения интереса к музеям со стороны студенческой молодёжи.

Таким образом, музейный туризм в России обладает огромным потенциалом в силу разнообразия культур, богатой истории, обширной территории. Развитие инфраструктуры музеев, популяризация их деятельности, повсеместное внедрение студенческих льгот и устранение технических неполадок на сайтах музеев значительно повысят интерес студенческой молодёжи к отечественным музеям. Вместе с тем и на современном этапе развития России студенты отличаются любознательностью, активностью и стремлением к культурному просвещению, а значит и туриндустрия в ближайшем будущем однозначно будет иметь тенденцию к росту. А дальнейшее сотрудничество музеев с туристической сферой позволит совершенствовать музейную работу и повысить спрос в самых разных туристических направлениях нашей страны.

Список литературы

1. Айдарлиева М.С. Музейный туризм как устойчивая форма развития туризма // Экология России: на пути к инновациям: межвузовский сборник научных трудов. – Астрахань: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Астраханский государственный университет», 2019. – С. 80-82.
2. Веденин Ю.А. Развитие туризма в контексте сохранения и эффективного использования культурного и природного наследия России // Туризм и региональное развитие. – 2020. – № 1. – С. 5-16.
3. Костина Е.Е. Исследование предпочтений молодёжи в сфере внутреннего туризма // Социология проблем современного российского общества: научно-практическая конференция. – 2022. – С. 65-72.
4. Сердечнова Е. Новые музейные маршруты для России / Газета «Культура». – URL: <https://portal-kultura.ru/articles/kulturnaya-politika/337121-novye-muzeynye-marshruty-dlya-rossii/> (дата обращения: 01.09.2022).

© Костина Е.Е.



УДК 910:338.48–44(261)

ВОЗМОЖНОСТИ РОССИЙСКОЙ АКВАТОРИИ АТЛАНТИЧЕСКОГО ОКЕАНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ МОРСКИХ КРУИЗОВ

Костычева А.Е.
студентка,

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

В статье автор раскрывает необходимость исследования морского круизного туризма в России. Для этого проводится анализ российских акваторий морей и океанов, омывающих территорию нашей страны. Особо обращается внимание на бассейн Атлантического океана с Балтийским, Азовским и Чёрным морями. Дается описание природных и некоторых социально-экономических условий этих морей. Также в рамках исследования проведён SWOT-анализ акватории омывающих Россию морей Атлантического океана для развития морских круизов.

Ключевые слова: туризм, круиз, морские круизы, акватории России, Атлантический океан, Балтийское море, Азовское море, Чёрное море.

Актуальность изучения морского круизного туризма демонстрируют те факты, что он является одним из самых перспективных, быстрорастущих и инвестиционно-привлекательных видов туризма. Также события с распространением коронавирусной инфекции COVID-19 показали, что, несмотря на значительные потери, эта отрасль будет устойчиво развиваться, у неё есть достаточно много возможностей.

Российская Федерация имеет самую протяжённую береговую линию в мире – 37 653 км, её омывают 13 морей, которые характеризуются большим разнообразием природно-климатических условий [5]. Во многом от данных условий зависит комфортабельность и реализация морских круизов.

Одним из ведущих факторов развития круизного туризма выступают природные и социально-экономические условия морей, которые омывают Россию. Для развития морских круизов в России необходимо изучить те акватории, в пределах которых реализуются круизы. Организация морских круизов в России возможна в бассейнах трёх океанов – Северного Ледовитого, Атлантического, Тихого – и в бассейне внутреннего стока – Каспийском море.

К морям Атлантического океана, которые омывают территорию России, относятся Азовское, Балтийское и Чёрное моря. Эти моря омывают небольшие участки территории России. Все они глубоко вдаются в материк, и их связь с океаном осуществляется через другие моря и мелководные проливы. На климат морей решающее влияние оказывает западный перенос воздушных масс. Протяжённость береговой линии морей Атлантического океана составляет около 1 845 км (рис. 1).

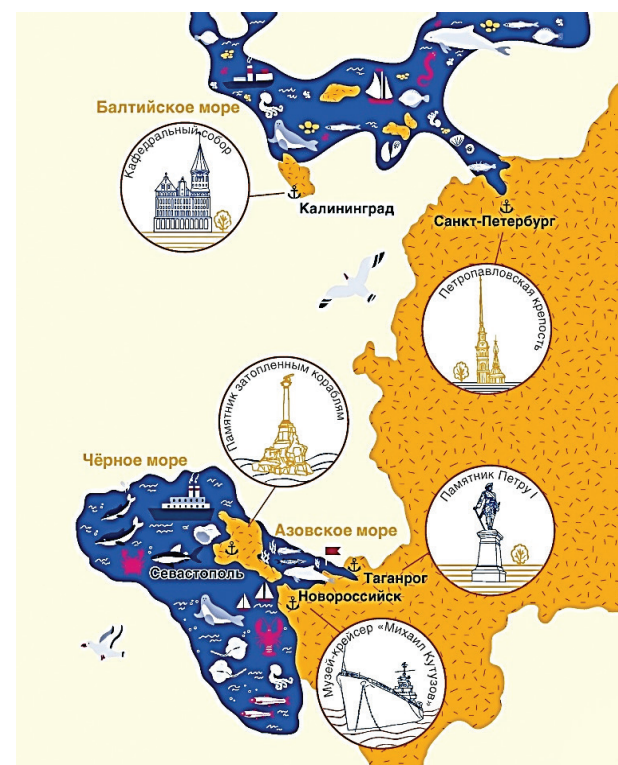


Рисунок 1 – Моря Атлантического океана, омывающие Россию [4]

Балтийское море – самое западное из морей, омывающих берега России. Оно связано с океаном через Северное море и Датский пролив. Море мелководное, полностью лежит в пределах шельфа, глубины до 200 м занимают 99,8 % его площади. Для Балтийского моря характерен умеренный морской климат, на востоке умеренно-континентальный. Зимой море не покрывается льдом, солёность вод у поверхности – около 2 ‰. В акватории Балтийского моря развит рыбный промысел, добыча янтаря (вблизи г. Калининград), добыча нефти и железной руды, перевозка грузов в страны Европы [5]. Российские курорты: Сестрорецк, Зелёногорск, Светлогорск, Пионерский и Зелёноградск.

Балтийское море и его побережье характеризуются достаточно высоким культурно-историческим туристским потенциалом. На берегу Финского залива находится Санкт-Петербург – культурная столица России с многочисленными памятниками истории, архитектуры, изобразительного искусства, в том числе объектами, входящими в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [3]. В культурном отношении также привлекает внимание туристов Калининград с сохранившимися объектами немецкой архитектуры и фортификационными сооружениями (рис. 2).



Рисунок 2 – Королевские ворота в г. Калининграде

Чёрное море – внутреннее море бассейна Атлантического океана. По поверхности Чёрного моря проходит водная граница между Европой и Азией. В рельефе дна моря чётко выделяются шельф, континентальный склон и глубоководная котловина. Средняя глубина – 1 000 м. Основная часть речного стока поступает в северо-западную часть моря, куда несут воды наиболее крупные реки: Дунай, Днепр, Днестр. Климат Чёрного моря достаточно континентален. Это проявляется в больших сезонных изменениях температуры воздуха. Обычно море не замерзает. Солёность воды невысокая – около 17 ‰.

Азовское море соединяется с Чёрным морем Керченским проливом. Оно мелководное: средняя глубина от 8 до 14 м. Азовское море располагается в умеренно-континентальном климате. Для него характерно небольшое количество осадков. Солёность Азовского моря невысокая – около 10 ‰. Чёрное и Азовское моря являются самыми загрязнёнными в России.

По данным мониторинга со спутников, на поверхности воды обнаружены многочисленные нефтяные пятна [1]. В то же время побережье этих морей – главный курортный район России, что значительно увеличивает антропогенную нагрузку на морские экосистемы [2]. Однако на морские круизы приходится совсем незначительная доля туристов (рис. 3).



Рисунок 3 – Порт города-курорта Сочи

Культурно-исторический потенциал Чёрного и Азовского морей также характеризуется как достаточно высокий. В районе г. Севастополя находится объект из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО. Население побережий отличается большим этническим разнообразием, что даёт основание для развития этнического, гастрономического, событийного видов туризма.

Для более полного рассмотрения всех аспектов морских круизов в исследуемой акватории был составлен SWOT-анализ (табл. 1).

На основании проведённого SWOT-анализа можно сделать вывод о том, что наибольшими возможностями для развития морских круизов в России обладали и обладают в настоящее время именно моря Атлантического океана. Это объясняется благоприятными природными условиями и исторической освоенностью акватории и побережий. Безусловно, существуют определённые проблемы, в первую очередь инфраструктурного характера, которые препятствуют развитию круизного туризма. Однако наличие множества преимуществ и возможностей дают надежду на решение имеющихся проблем и дальнейшее развитие морских круизов в Балтийском, Чёрном и Азовском морях.



Таблица 1

SWOT-анализ акватории
Атлантического океана для развития морских круизов

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	1. Благоприятные климатические условия. 2. Наличие удобных гаваней, заливов, что обусловлено изрезанностью береговой линии. 3. Круглогодичная навигация. 4. Наличие развитой портовой инфраструктуры, в том числе пассажирской. 5. Наличие крайней западной точки России как достопримечательности. 6. Большое количество соседних государств. 7. Наличие апробированных круизных маршрутов. 8. Расположение на побережье туристских центров.	1. Неблагоприятная экологическая обстановка в Чёрном и Балтийском море. 2. Переменчивая погода в Балтийском море. 3. Ориентированность на купально-пляжный отдых, а не на морские круизы. 4. Пассажирская портовая инфраструктура наиболее развита в Санкт-Петербурге, Сочи, частично Новороссийске.
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	1. Создание новых маршрутов, в том числе международных (с Финляндией, Швецией, Эстонией, Латвией, Литвой, Польшей, Германией, Грузией, Турцией). 2. Развитие круизов по американской системе (сочетание с пляжным отдыхом). 3. Сочетание морских круизов с другими видами туризма (деловым, этническим, экологическим, культурно-познавательным, промышленным, рыболовным, лечебно-оздоровительным). 4. Развитие круизов по системе «река – море». 5. Дальнейшее развитие пассажирской портовой инфраструктуры.	1. Обострение экологической ситуации. 2. Обострение международных отношений с Украиной, Грузией, Турцией, Финляндией, Швецией, Эстонией, Латвией, Литвой. 3. Ограничения, связанные с распространением коронавирусной инфекции COVID-19.

Список литературы

1. Галимова Л.И., Галимов Ш.Ш. Морские круизы в России: современное состояние и проблемы развития // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 30-38.

2. Дышловой И.Н., Чугунова Т.Н., Сарайкина С.В., Семенова Л.В., Солнцева О.Г. Комфортная среда пляжных дестинаций как показатель качественного сервиса // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – Т. 14. – № 1 (88). – С. 6-12.

3. Морские круизы // Туроператор «Волго-Балтийские путешествия». – URL: <https://vbp.ru/morskie-kruizy/> (дата обращения: 31.05.2022).
4. Морской круизный туризм // Правительство Санкт-Петербурга: [сайт]. – URL: <https://www.gov.spb.ru/helper/culture/sea/> (дата обращения: 05.05.2022).
5. Моря России // Википедия – свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Моря_России (дата обращения: 14.05.2022).

© Костычева А.Е.

УДК 332.1

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ

Кружалин В.И.

*доктор географических наук, профессор,
заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова*

Кружалин К.В.

*кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова*

В статье обосновывается приоритетная роль туризма во взаимодействии с процессами индустриализации в решении задач устойчивого развития регионов Арктической зоны России. Туристско-рекреационные ресурсы предлагается отнести к стратегическим национальным ресурсам Арктических территорий и учитывать их в полной мере в программах социально-экономического развития. Выявлено развитие различных видов туризма и туристкой деятельности, направленное на создание диверсифицированных турпродуктов, которые влияют на рост туристических потоков, что актуально в условиях новых реалий.

Ключевые слова: Арктическая зона России, регионы, устойчивое развитие туризма, стратегические национальные ресурсы.

Арктическая зона России в соответствии с Указом Президента РФ от 2 мая 2014 г. № 296 «О сухопутных территориях Арктической зоны Российской Федерации» включает территории муниципальных образований Мурманской, Архангельской областей, Ненецкого, Ямало-Ненецкого, Чукотского автономных округов, республики Карелия, республики Коми, республики Саха (Якутия), Красноярского края, земли и острова, расположенные в Северном Ледовитом океане. Территория Арктической зоны составляет 20 % от всей площади Российской Федерации, а проживает на ней менее 2 % населения, и при этом создается более 11 % ВВП страны [4].

В соответствии со Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г., российская Арктика рассматривается не только как территория индустриального развития, но и как территория перспективного развития туризма на основе формирования объектов необходимой туристской инфраструктуры, создания туристско-рекреационных кластеров при строгом соблюдении природоохранных мероприятий. Наиболее эффективной мерой сохранения уникальных экосистем Арктики и снижения влияния на них негативного антропогенного воздействия является развитие системы ООПТ [2]. В настоящее время в российской Арктике создано и функционируют 164 ООПТ общей площадью 58,7 млн га, что составляет 14 % Арктической зоны России. ООПТ федерального значения представлено 12 государственными заповедниками, 5 национальными парками, 8 государственными природными заказниками, 1 ботаническим садом. Однако до сих пор туристско-рекреационный потенциал морских и сухопутных частей Арктической зоны недостаточно реализован, прежде всего, для развития круизного и экологического туризма.

В допандемийный период при сопоставимом количестве местного населения в российской и зарубежной Арктике ежегодные потоки туристов заметно отличались. Чуть более 0,5 млн человек в российской Арктической зоне и около 10 млн человек в зарубежной [1]. Одной из основных причин, по мнению авторов, стали последствия распада Советского Союза, вызвавшего глубочайший социально-экономический кризис в России, сокращение населения и его отток из регионов Арктической зоны, что продолжается до настоящего времени, но гораздо меньшими темпами в связи с принятыми Правительством в последние несколько лет достаточно эффективными мерами. Они связаны прежде всего с созданием комфортных условий для жизнедеятельности населения, обеспечением транспортной доступности, решением социальных проблем и использованием механизмов привлечения специалистов и членов их семей для постоянного проживания и трудовой деятельности из других регионов России.

Одним из таких механизмов является туризм, который получил достаточно эффективное развитие в странах зарубежной Арктики. Россия сегодня – это самое большое арктическое государство в мире. Арктические территории России относятся к стратегическим национальным ресурсам. К ним же относятся и туристско-рекреационные ресурсы, которые в регионах Арктической зоны России дифференцированы, влияют на специфику организации туристкой деятельности и предполагают неравномерность её развития [5].

Вместе с тем отмечается наличие ряда сходных характеристик, обусловленных функцией места той или иной территории, её экономико-географическим положением, суровостью климата и уникальностью природы. Особую роль в развитии туризма играет Северный морской путь,

представляющий собой транспортный каркас, обеспечивающий взаимодействие двух моделей туристской деятельности – морской и сухопутной.

Практика показывает, что регионы Арктической зоны России могут и должны развивать разнообразные виды туризма, создавать диверсифицированные турпродукты с целью сохранения природного и культурного наследия.

В настоящее время выделяются следующие наиболее популярные виды туризма и объекты туристского интереса в Арктической зоне РФ: круизный, экологический, этнографический, экстремальный, приключенческий туризм; пребывание в национальном парке «Русская Арктика», на архипелаге «Земля Франца Иосифа», на Шпицбергене, на дрейфующей ледовой базе «Барнео», посещение Северного полюса, переход через Полярный круг, проект «Арктический плавучий университет» и др. [3].

В настоящее время устойчивое развитие туризма не только в Арктике, но и в других регионах страны и мира, столкнулась с глобальной пандемией COVID-19 и с санкциями США и Евросоюза против России, которые практически закрыли возможности для части зарубежных туристов совершать туристические поездки, в том числе и в российские Арктические регионы. Возможные пути решения возникших проблем будут зависеть от желания снижать стоимость турпродукта и активного привлечения в северные регионы российских туристов и туристов из дружественных стран.

В обострившейся ситуации необходима мобилизация общества, в том числе и в решении проблем развития арктического туризма, основанного на принципах экономической, социальной и экологической устойчивости, сохранения и воспроизводства окружающей среды, просветительской работы с местными жителями и туристами и создания условий по научному сопровождению и кадровому обеспечению туристской деятельности.

Список литературы

1. Голубчиков Ю.Н., Кружалин В.И. Арктический туризм // Вестник Московского университета, серия 5, География. – 2017. – № 3. – С. 96-98.
2. Кружалин В.И., Шабалина Н.В., Никанорова, А.Д., Медведков А.А., Кудукаев А.Я., Меньшикова Т.Н. Организация круизного туризма в национальном парке «Русская Арктика»: риски и потенциал развития // Современные проблемы сервиса и туризма. – Т. 15. – № 3. – 2021. – С. 156-168.
3. Логунцова И.В. Особенности развития туризма в Арктической зоне России // Государственное управление, электронный вестник. – 2021. – № 87 – С. 39-47.
4. Меньшикова Т.Н. Пространственный анализ развития туризма в регионах Арктической зоны Российской Федерации на основе кластерного подхода // Вестник МГОУ. – 2019. – № 2. – С. 94-100.
5. Цекина М.В. Туризм в Российской Арктике. – М: ООО «Содружество культур», 2018. – 80 с.

© Кружалин В.И., Кружалин К.В.



УДК 378.2:379.85

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кружалин В.И.

доктор географических наук,
профессор, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

Кружалин К.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

Шабалина Н.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы развития системы подготовки кадров для сферы туризма и индустрии гостеприимства. Акцент делается на предложение комплекса мер, направленных на совершенствование системы туристского образования в связи с принятием ряда документов стратегического планирования, необходимостью разработки профессиональных стандартов, актуализации образовательных стандартов и примерных образовательных программ.

Ключевые слова: национальный проект, туризм, индустрия гостеприимства, подготовка кадров, образовательные стандарты, новые профессии.

Туризм последние десятилетия относился к самым высокодоходным и динамично развивающимся отраслям мировой экономики. Россия смогла глубоко интегрироваться в мировой туристский рынок, однако при этом являясь в основном донором по международным туристским прибытиям и выездной поток превышал въездной. События последних двух лет показали на сколько туристская индустрия уязвима перед глобальными вызовами. Яркий пример этому пандемия COVID-19. Но самое масштабное структурное изменение вызвала современная политическая обстановка, влияющая на всю туристскую индустрию Российской Федерации. Стали очевидны риски возникновения барьеров для выездного и въездного международного туризма, формирования негативного фона, снижающего

привлекательность России как страны для посещения, важность и нужность формирования адекватных действий по обеспечению сохранности и наращиванию конкурентоспособности отечественной туристской индустрии. Необходимо обеспечение стыковки законодательного уровня с решением задач «реального сектора», проведение мониторинга проблем турбизнеса.

Одной из основополагающих задач развития отечественного туризма является совершенствование системы подготовки кадров и научного сопровождения развития туризма. Подготовка кадров для туристской сферы осуществляется высшими учебными заведениями в соответствии с положениями Конституции Российской Федерации, Федерального закона № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступившего в силу с 01.09.2013 г., Федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1], Стратегических приоритетах в сфере реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» до 2030 г., а также иных нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих сферу профессионального туристского образования [2].

В настоящее время утверждены Концепции Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 гг.)» (Распоряжение подписано Правительством Российской Федерации 05.05.2018 г. № 872-р), Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г., Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [3, 6]. Цель документов стратегического планирования - создание условий для эффективного развития сферы туризма Российской Федерации. Один из ключевых вопросов – развитие человеческого потенциала, формирование кадров для развития туризма, обеспечивающего устойчивое поступательное развитие туристско-рекреационного комплекса нашей страны.

В Российской Федерации утверждены базисные принципы при формировании современной системы образования, на основании которого формируется система туристского образования.

Непрерывность. Главной целью непрерывного профессионального образования является профессиональная компетентность, которая включает профессионализм, право и ответственность за принятие решений, коммуникативные способности, самостоятельность, владение навыками быстрой адаптации, профессиональной мобильности. Компетентность предполагает постоянное обновление знаний для успешного применения в конкретных условиях, то есть обладание оперативными знаниями



Многоуровневость. Образовательные программы в сфере туризма реализуются по трём направлениям: среднее профессиональное образование (СПО), высшее образование (ВО) и дополнительное образование (ДПО). Дополнительное образование реализуется по двум видам подготовки – программы повышения квалификации и программы профессиональной подготовки [2].

Маневренность, что подразумевает возможную смену человеком на любом этапе жизненного пути той или иной ступени профессионального образования или области профессиональной деятельности.

Индивидуализацию, как возможность получения образования, ориентированного на конкретную личность.

Преимственность, обеспечивающую возможность свободно продвижения специалиста в профессиональном образовательном пространстве от начальной профессиональной подготовки до послевузовского образования.

На сегодняшний день кадры в сфере туризма и гостеприимства в СПО и ВО готовятся по укрупнённой группе специальностей УГСН 43.00.00 «Сервис и туризм».

Приказом Министерства науки и высшего образования от 01.02.2022 № 89 «Об утверждении перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам ординатуры и программам ассистентуры-стажировки» утверждено название новой УГСН 42 «Гостеприимство, сервис и оказание услуг». Данное название вызвало активную дискуссию в образовательной среде и ФУМО в системе ВО рекомендует Министерству дополнить название словом «Туризм», и изложить его в редакции 42 ««Гостеприимство, туризм, сервис и оказание услуг», или 42 «Гостеприимство, сервис и туризм», что представляется обоснованным и логичным.

В Российской Федерации на 2021 г. было зарегистрировано 2,4 млн человек, работающих в сфере туризма (2,4 % от общего числа занятых). На 2021 г. в Российской Федерации насчитывалось 290 вузов, готовящих кадры для индустрии туризма [7].

В системе образования в туризме произошли серьёзные трансформации, связанные с заметным сокращением количества вузов, готовящих кадры по туристским направлениям, отсутствием профессиональных стандартов и, соответственно, самостоятельности в разработке основных образовательных программ. Все это затрудняет эффективное развитие внутреннего и въездного туризма и требует ускоренного развития системы повышения квалификации и переподготовки кадров для

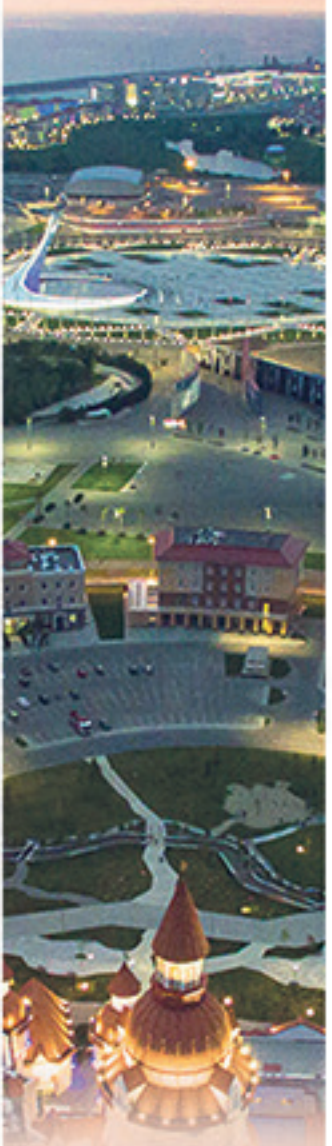
работников туриндустрии и туристских администраций муниципального и регионального уровня, а также включения дополнительных образовательных программ в перечень возможных образовательных услуг, предлагаемых вузами своим студентам, магистрам и аспирантам.

По данным Мониторинга, проводимого Министерством образования и науки РФ, максимальное количество учебных заведений, готовящих кадры для индустрии туризма зафиксировано для Центрального федерального округа, Приволжского федерального округа, Южного и Сибирского федеральных округов (табл. 1). Необходимо отметить существенное сокращение количества вузов, готовящих кадры для туристско-рекреационного комплекса нашей страны. Так, с 2014 по 2021 гг. общее сокращение числа образовательных организаций высшего образования сократилось на 430 единиц (на 60 %). Максимальные сокращения затронули ЦФО – 176 единиц, Северо-Западный ФО – 46 единиц и Сибирский ФО – 41 единица. Южный федеральный округ, являющийся в настоящее время основной здравницей и центром пляжного отдыха россиян и гостей нашей страны, с 2014 по 2021 гг. испытал почти 45 % сокращение (с 67 до 37 вузов) количества высших учебных заведений, готовящих кадры для туриндустрии.

Количество вузов
в Российской Федерации, готовящих кадры
для туристской индустрии

Федеральный округ	Общее количество ВУЗов				Сравнение 2021–2014
	2014	2015	2018	2021	
Центральный ФО	254	113	89	78	–176
Южный ФО	67	42	38	37	–30
Северо-Западный ФО	79	43	30	33	–46
Дальневосточный ФО	33	15	12	20	–13
Сибирский ФО	75	54	42	34	–41
Уральский ФО	58	27	24	22	–36
Приволжский ФО	112	70	54	47	–65
Северо-Кавказский ФО	58	30	23	19	–39
Всего:	720	394	312	290	–430

Источник: составлено по данным Минобрнауки России [5]



Среди образовательных программ вузов по укрупненной группировке специальностей 43.00.00. «Сервис и туризм» преобладают обучающиеся по программам бакалавриата, основное направление подготовки – «Туризм» (45 % среди обучающихся по программам бакалавриата и 56 % среди программ магистратуры).

Среди регионов-лидеров, готовящих кадры для индустрии туризма, выделяется Москва и Московская область, а также г. Санкт-Петербург, Краснодарский край и Ставропольский край (рис. 1).



Рисунок 1 – Регионы – лидеры по подготовке кадров
для индустрии туризма, чел.

Источник: составлено по данным Минобрнауки России [5]

В системе профессионального среднего образования также по количеству выпускников лидирует ЦФО, на втором и третьем местах – ЮФО и СЗФО, соответственно (рис. 2).

Регионами-лидерами по количеству обучающихся в системе СПО являются Краснодарский край (2 776 чел.), г. Москва (2 749 чел.), Московская область (2 038 чел.), г. Санкт-Петербург (1 790 чел.), Республика Крым (1 008 чел.).

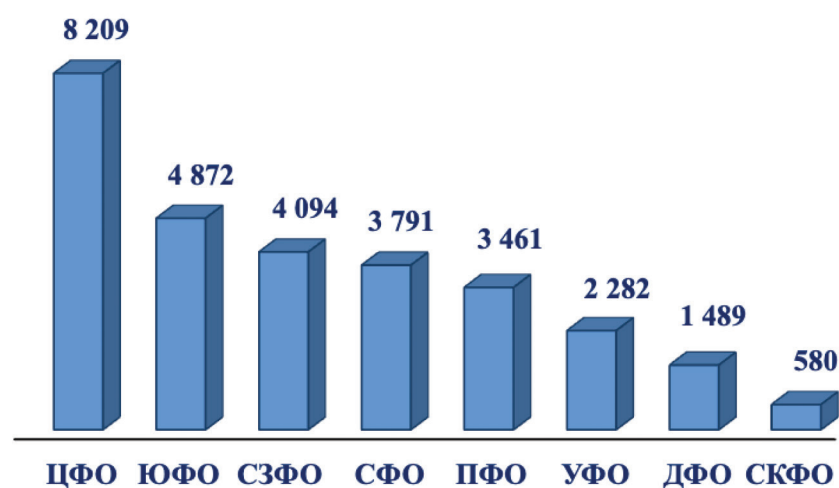


Рисунок 2 – Подготовка кадров для туристской сферы в системе среднего профессионального образования, чел.
Источник: составлено по данным Минобрнауки России [5]

Создание рабочих мест и рост занятости в сфере туризма – один из важнейших показателей, характеризующих социальную значимость туристско-рекреационной деятельности. В соответствии документами стратегического планирования развития туристско-рекреационного комплекса, в Российской Федерации планируется увеличение средней численности работников туриндустрии до 4,96 млн человек [3]. Это означает увеличение занятых более чем в 2 раза, что при нынешних объемах ежегодного выпуска с ВО и СПО не выполнимо. Выходом может быть развития системы дополнительного профессионального образования.

Однако проблема не только в количестве учебных заведений, готовящих кадры для индустрии туризма и их выпускников, а в квалификации молодых специалистов, возможности их быстро влиться в трудовые коллективы предприятий отрасли и занять достойные позиции.

Отсутствие требований к наличию профильного образования для сотрудников турбизнеса усложняет трудоустройство выпускников туристских вузов и вынуждает их искать работу в иных отраслях народного хозяйства. Проблема видится в отсутствии профессиональных стандартов по большинству специальностей туристско-рекреационного комплекса.

В 2014 г. на основании решения Национального совета при Президенте Российской Федерации по профессиональным квалификациям был создан Совет по профессиональным квалификациям в сфере гостеприимства. Базовой организацией Совета стала Федерация рестораторов и отельеров. За время деятельности Совета по профессиональным квалификациям в сфере гостеприимства были разработаны и



утверждены следующие в Министерстве Труда 10 профессиональных стандартов, касающиеся подготовки руководителей и управляющих гостиничных комплексов, руководителей предприятия питания, сомелье, официанта и бармена, повара, пекаря, кондитера, экскурсовода, горничной, работника по приёму и размещению гостей [8].

Профессиональные стандарты в сфере туризма (специалист по формированию, продвижению и реализации туристского продукта; специалист по организации событийных мероприятий; специалист по анимационной деятельности) были разработаны, обсуждены в профессиональном сообществе, подверглись существенной критике и так и не были утверждены.

Разработать квалификационные требования для сотрудников туристских компаний оказалось крайне сложным, что, во-многом, обусловлено динамичностью туристского рынка и рынка труда, структурными и качественными изменениями в туризме (индивидуализация спроса, цифровизация и автоматизация, рост конкуренции, изменения в схеме формирования добавленной стоимости и т. д.). Согласно Атласу профессий (2021 г.), в ближайшие годы на туристском рынке будут востребованы следующие специалисты [4]:

- Разработчик интеллектуальных туристических систем;
- Разработчик тур-навигаторов;
- Консьерж робототехники;
- Куратор осознанного экотуризма;
- Сценарист семейного туризма;
- Куратор образовательного туризма;
- Коуч по межкультурной коммуникации для экскурсоводов;
- Игрофикатор туристического опыта;
- Дизайнер дополненной реальности территорий;
- Архитектор территорий;
- Режиссер индивидуальных туров;
- Бренд-менеджер пространств.

Образовательные учреждения адаптируют свои программы под запросы рынка труда. Стандарты третьего поколения подразумевают вариативность, практико-ориентированность, углубленную информационно-технологическую подготовку. В рамках профилей образовательные учреждения могут учесть специфику развития туризма и готовить специалистов по экологическому, сельскому, культурно-познавательному, событийному и других приоритетных направлений туризма в регионе.

Согласно таблице соответствия профессий и специальностей среднего профессионального образования и компетенций Ворлдскиллс для образовательного направления «Туризм» предлагаются следующие профили: «Организация экскурсионных услуг», «Предпринимательство» и

«Туризм», для специальности «Гостиничный сервис» – «Администрирование отеля» и «Предпринимательство», для специальности «Гостиничный сервис» – «Администрирование отеля». [9]

Ситуация с кадровым обеспечением сферы туризма назрела в связи с принятием Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», в рамках которого выделяются 12 макротерриторий, а также обозначены приоритетные направления развития туристско-рекреационного комплекса [6]. В число макротерриторий входят: Большое Золотое кольцо, Западный Юг России, Дальний Восток, Восточный Юг России, Изг. Москвы в г. Санкт-Петербург, Большой Урал, Большая Волга, Русский Север и Арктика, Большой Алтай, Большой Кавказ, Русская Балтика, Байкал. В основе Госпрограммы «Развитие туризма» лежат задачи обеспечения социально-экономического развития указанных территорий за счёт:

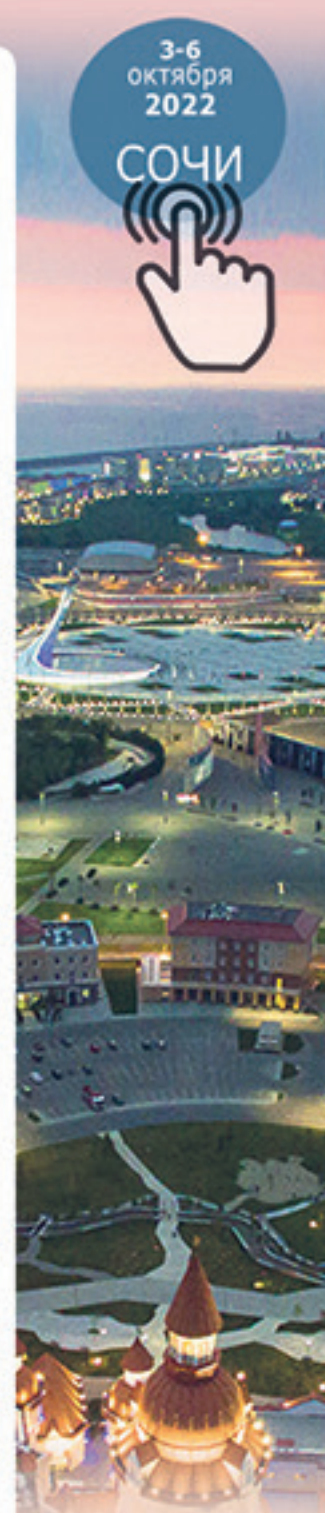
- концентрации ресурсов и мер господдержки для повышения их инвестиционной привлекательности и улучшения условий для вложения в туристский бизнес;
- внедрения комплексного подхода к развитию туристских макротерриторий.

Соответственно, ситуация характеризуется как двойственная: с одной стороны предприятия туристской индустрии испытывают сильнейшую нехватку в квалифицированных кадрах, с другой стороны имеющиеся молодые специалисты не всегда соответствуют профессиональным квалификационным требованиям, не обладают должными навыками, знаниями и умениями. С учётом необходимости развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации и, соответственно, роста потребностей в профессиональных кадрах необходима разработка профессиональных стандартов для сотрудников предприятий туристской индустрии, на базе которых следует актуализировать образовательные стандарты и примерные образовательные программы.

В настоящее время разработка основных образовательных программ осуществляется вузами самостоятельно, а содержание вариативной части определяется сложившимися традициями в подготовке кадров, а также наличием и уровнем взаимодействия с бизнес-сообществом.

Повысить квалификацию выпускников российских вузов позволяет практика включения в реализацию основной образовательной программы программ дополнительного образования.

В соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной



деятельности по дополнительным профессиональным программам» в настоящее время в структуре дополнительного профессионального образования выделяются программы повышения квалификации (от 16 час.) и программы профессиональной переподготовки (от 250 час.) [2]. Программы дополнительного профессионального образования в сфере туризма разнообразны по форме и содержанию. Прохождение дополнительных образовательных (как общеобразовательных, так и профессиональных) программ на старших курсах вуза позволяет выпускникам расширить свои навыки и компетенции, быстрее интегрироваться в профессиональное сообщество. Опыт географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова свидетельствует, что наиболее востребованы молодые специалисты, имеющие определенное «портфолио» сертификатов и удостоверений о прохождении дополнительной языковой подготовки, освоении программ по электронной коммерции, наличии аккредитации по экскурсионной деятельности и т. д.

Важно учитывать необходимость в повышении уровня образования сотрудников предприятий туристской индустрии и региональных туристских администраций. Для улучшения качества работы в сфере туристской индустрии необходимо нормативно ввести требования к уровню профессиональной квалификации кадров, особенно в органах законодательной и исполнительной власти в сфере туризма. Для этого следует разработать и ввести нормативы по наличию профессионального туристского образования (% от общего количества сотрудников), а также ввести обязательное повышение квалификации сотрудников, работающих в туристской сфере с периодичностью 2–3 г.

Таким образом, в качестве основных направлений улучшения подготовки кадров для туристско-рекреационного комплекса нашей страны можно выделить:

1. Создании Федеральной программы по кадровому обеспечению реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и Государственной программы «Развитие туризма».
2. Укрупнение и оптимизация направлений подготовки в сфере туризма и гостеприимства. Уточнение содержания государственных образовательных стандартов и примерных основных образовательных программ. Возможная реализация новой модели подготовки кадров (2 + 2 + 2).
3. Создание опорных территориальных научно-образовательных центров на базе горизонтальной интеграции учреждений СПО, ВО, центров дополнительного образования для синхронизации потребностей рынка труда на территориях опережающего туристского развития.
4. Разработка учебно-методического обеспечения к оценке компетенций выпускников ВУЗов и ССУЗов.

5. Организация и проведение системы мониторинга потребности регионов в туристских кадрах в соответствии с программами развития туризма.
6. Уточнение компетенций в соответствии с Программой научно-технического развития Российской Федерации.
7. Создание образовательным учреждениям ВО и СПО совместно с предприятиями туристской индустрии базовых кафедр и площадок для практической подготовки студентов и повышения квалификации преподавателей.
8. Увеличение Министерством образования и науки Российской Федерации с 2023 г. и в последующем количества бюджетных мест, выделяемых образовательным организациям для подготовки специалистов для туристской индустрии.

Список литературы

1. Постановление Правительства Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2025 г.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 22.09.2022.).
3. Паспорт Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». – URL: <https://bazanpa.ru/rosturizm-pasport-ot18112021-h5381000/> (дата обращения: 22.09.2022.).
4. Ростуризм назвал число занятых в туристической отрасли РФ, Интерфакс-Туризм. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84299/> (дата обращения: 22.09.2022.).
5. Таблица соответствия профессий и специальностей среднего профессионального образования и компетенций Ворлдскиллс для проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия в 2020 г., КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства». – URL: <http://altag.ru/storage/pdf/c6ec75350d3fc1d565faf0d53879fdd5.pdf> (дата обращения: 22.09.2022.).

© Кружалин В.И., Кружалин К.В., Шабалина Н.В.

УДК 334

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ – ГЛАВНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

Курникова И.В.

кандидат экономических наук, доцент,
директор Института социально-экономических наук
Ивановского государственного университета

Савин В.Э.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента
Ивановского государственного университета

В статье рассматриваются промышленные туры, как особый вид туристического продукта. Анализируются проблемы, мешающие эффективному развитию промышленного туризма. Приводится пример реализации концепции промышленного туризма на примере Ивановской области. Определяется роль

дополнительного образования в формировании и развитии компетенций специальности «Гид-экскурсовод».

Ключевые слова: промышленный туризм, Ивановская область, текстильная отрасль, технологическая цепочка.

В последние годы ассортимент предлагаемых туристических услуг постоянно расширяется. Если, буквально, до конца прошлого века основным предложением турфирм являлись «пляжные туры» со стандартным набором услуг, то сегодня их удельный вес устойчиво снижается. Развитие получают такие виды турпродуктов как паломнические туры, экстремальные туры, экотуры, гастрономический туризм и т. п. В Ивановской области, известном своими промышленными традициями, в первую очередь, в текстильной отрасли, есть очень серьезные перспективы для развития промышленного туризма. Промышленный туризм как явление имеет довольно глубокие исторические корни. Еще в начале XX века широкой популярностью среди туристов пользовались посещения винных заводов во Франции, сыроварен Швейцарии и др. Однако это были лишь отдельные факты, как самостоятельное направление развития туротрасли промышленный туризм получил официальный статус совсем недавно, в 2016 г. В этом году был принят международный и соответствующий ему российский стандарт ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Промышленный туризм» [1]. Согласно этому стандарту промышленный туризм включает два направления:

- 1) посещение объектов промышленного наследия (неработающих, но имеющих историческое значение предприятий);
- 2) экскурсии на действующие предприятия с целью ознакомления с технологией производства определённых продуктов.

Ивановская область имеет потенциал в обоих направлениях. В первом случае это большое количество зданий текстильных фабрик, история которых уходит в XVIII–XIX века, во втором направлении объектов гораздо меньше, но значимость его развития трудно переоценить, поскольку оно помогает возродить региону славу «Русского Манчестера».

Институт социально-экономических наук Ивановского государственного университета уже больше года осуществляет профессиональную переподготовку кадров по специальности «Экскурсовод (гид)». В настоящее время такая переподготовка проходит в рамках национального проекта «Демография».

Образовательная программа включает три модуля (256 часов обучения): теоретические основы экскурсионной деятельности и практикум, который делится на основные маршруты Ивановской области и практические основы деятельности экскурсовода. В результате обучения слушатели программы получают знания в области экскурсионного

менеджмента, организации работы турфирмы, проектирования и продвижения туристических продуктов. Кроме того, слушатели не только участвуют и приобретают навыки ведения экскурсии, но и предлагают самостоятельно разработанные туры. Экскурсионные маршруты самые разнообразные: путеводитель «Ивановские чипыжи»; «Лухский луковый палисад»; «Дом, где живет Отрада»; «Плес – волжская жемчужина» и др.

Практические занятия связаны с изучением архитектуры Иванова, которые проводит известный учёный-краевед Александр Тихомиров. В этом году состоялась презентация нового издания его книги «Иваново-Вознесенск» (путеводитель). По мнению автора, новый путеводитель по Иванову станет существенным помощником при проведении экскурсий в рамках различных туров. Пешеходная экскурсия по историческому центру Иванова берёт старт от Щудровской палатки – первого кирпичного здания города. Далее маршрут проходит по улицам 10-го Августа, Советской, Ноздрина, Пушкина, Марии Рябининой. Особое внимание уделяется методике использования «портфеля экскурсовода», который в данном случае включает архивные фотографии, восстанавливающие облик города рассматриваемого периода. Большой интерес вызывают рассказы Александра Тихомирова об исторических личностях и событиях, которые в его интерпретации приобретают новое значение.

В рамках раздела «Промышленный туризм» слушатели знакомятся с конкретными предприятиями региона. Иваново часто называют текстильной столицей, поэтому отдельное внимание уделяется вопросам повышения туристической привлекательности текстильной отрасли. Промышленный туризм – главный акцент, который делается на курсах. Соответственно, в программу обучения включается посещение текстильных организаций. Одна из последних – экскурсия в город Комсомольск на предприятие «Ившейстандарт». Выбор этого предприятия был не случаен. С одной стороны, оно находится на территории бывшего райпромкомбината, являющегося объектом промышленного наследия, с другой, применяет для производства своих изделий самые передовые мировые технологии.

Экскурсия начинается с ознакомления с историей райпромкомбината и его роли в экономике региона на отдельных этапах этого развития. Особое внимание уделяется изменениям, которые произошли на предприятии в период смены собственника в конце 90-х годов прошлого века.

В чём значение такого рода экскурсий? Важно, что сам начальник производства (директор) компании «Ившейстандарт» проводит экскурсию по всей технологической цепочке производства товара — от первичной обработки сырья до упаковки готового изделия. Основной продукцией предприятия являются предметы домашнего текстиля, в первую очередь, одеяла, подушки, комплекты постельного белья. Главные требования потребителей к таким товарам: экологичность,



удобство, комфорт. Всем этим условиям полностью соответствуют изделия «Ившейстандарта». Это обеспечивается как высоким качеством сырья (более 50 % которого натуральное), так и самым современным и качественным оборудованием. Например, одну из машин экскурсовод сравнил с Роллс-ройсом среди автомобилей. В ходе ознакомления с технологической цепочкой директор квалифицированно ответил на все вопросы туристов. Приятно поразили чистые и светлые цеха, что далеко не всегда увидишь на подобных предприятиях. То же самое можно сказать и о прилегающей территории: подстриженные газоны, чистые асфальтовые дорожки с разметкой и т. д.

В конце экскурсии туристам предлагается совершить покупки в магазине предприятия. Не зря маркетингологи говорят, что наблюдение за процессом производства товара является мощным стимулом в его покупке. Роль такого стимула сыграли и существенные скидки, предоставленные туристам. В целом группа была единодушна: бренды кампании полностью соответствуют своему слогану: «Ившейстандарт» – стандарт хорошего сна.

К сожалению, развитию промышленного туризма мешает «закрытость» многих предприятий для массовых аудиторий. Проблем здесь много, однако большинство из них легко решаемы, если собственник будет воспринимать своё предприятие не только как производственный, но и как туристический объект. В этой связи институтом социально-экономических наук ИвГУ проведён социологический опрос руководителей промышленных предприятий о возможности организации на них экскурсионных маршрутов. Результат исследования показал, что из 27 охваченных опросом предприятий только три хотели бы и считают себя полностью готовыми к приёму туристов. Остальные же указали ряд причин, мешающих реализации экскурсионных концепций. Основными из них стали следующие:

- непонимание «выгодности» экскурсий на своём предприятии. Руководители таких компаний считают, что проведение экскурсий кроме дополнительных затрат ничего не даёт предприятию;
- отсутствие квалифицированных кадров и других ресурсов для проведения экскурсий;
- непригодность производственных помещений для организации экскурсионных маршрутов.

Первая проблема исчезнет сразу же, как только руководитель перестанет видеть в промышленном туризме только экономическую эффективность. Да, эффект от него сложно измерить в рублях и других экономических показателях (хотя в ряде случаев и это имеет место, например, на заводе шампанских вин в п. Новый Свет, где туризм является существенной статьёй дохода предприятия). По, нашему мнению, эффект от промышленного туризма формируется в следующих направлениях:

1. Промышленный туризм является мощным инструментом HR-брендинга, т. е. позиционирование компанией себя как эффективного работодателя. Такие целевые сегменты как школьные и студенческие группы значительно пополняют свой профориентационный багаж и вероятность будущей работы на посещаемом предприятии значительно увеличивается.

2. Промышленный туризм становится эффективной маркетинговой коммуникацией по продвижению предприятием своей продукции. Человек, получивший положительные эмоции от созерцания технологического процесса производства товара, с большой долей вероятности превратится из потенциального покупателя в реального. Кроме этого, поделившись своими впечатлениями от экскурсии с родственниками, друзьями, знакомыми, существенно расширит сегмент потребителей продукции предприятия.

3. Промышленный туризм значительно увеличивает возможность контактов по обмену опытом и другим взаимоотношениям с элементами внешней среды компании (потребителями, посредниками, поставщиками и т. д.). Кроме этого расширяются возможности привлечения на предприятие квалифицированных кадров, где так же присутствуют элементы HR-брендинга.

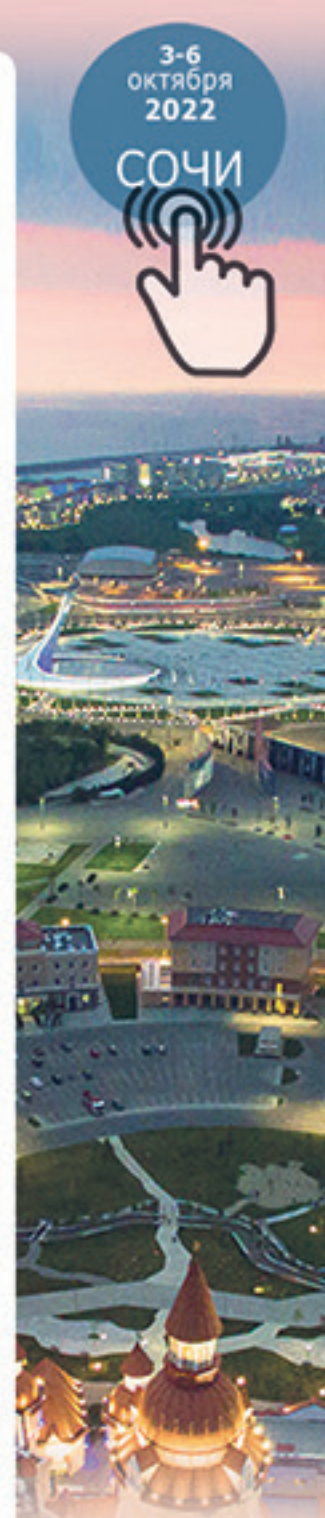
Как можно заметить, каждое из указанных направлений эффективности формирует свою целевую аудиторию, а именно:

- старшеклассники и студенты профильных вузов;
- массовый потребитель, заинтересованный в покупке продукции предприятия;
- специалисты аналогичных и смежных предприятий, желающие познакомиться с особенностями технологии производства.

Естественно, экскурсия с каждой целевой группой будет иметь свои особенности как по форме, так и содержанию.

Как только собственники и руководство устранят первую проблему, две другие будут требовать чисто технических шагов, которые при желании легко реализуются.

Так в качестве экскурсоводов можно использовать как специалистов своего предприятия, обучив их методике проведения экскурсий, так и экскурсоводов турфирм, соответственно, познакомив их с технологией производства. Более предпочтительным, на наш взгляд, является первый вариант, поскольку, во-первых, обучение экскурсоводов более доступно, во-вторых, серьезно обучить человека, не имеющего базовых знаний технологии производства сложнее, чем методике экскурсий, где большое значение имеют личные качества экскурсовода. Как следствие, у экскурсоводов, подготовленных по второму варианту, могут возникнуть значительные проблемы при работе с сегментом специалистов, где особенно требуются углублённые знания технологии.



Что касается третьей проблемы, то она должна решаться в первую очередь специалистами по технике безопасности. При проектировании маршрутов наиболее опасные места либо ограждаются, либо ограничиваются разметкой. Кроме того, могут использоваться различные средства защиты (каска, очки и т. д.). Для участков, куда обеспечить массовый доступ невозможно, может использоваться видеосъемка.

В качестве общего вывода ещё раз хочется подчеркнуть, что промышленный туризм привлекателен и выгоден как для потребителей-туристов, так и для туристических объектов – промышленных предприятий. Кроме того, промышленный туризм активно формирует и продвигает бренд региона, являясь его неотъемлемой частью. Темпы роста промышленного туризма зависят, главным образом, от понимания и признания руководителями предприятий значительной роли промышленного туризма в стратегическом развитии бизнеса.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 13810-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуги. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200142466> (дата обращения: 22.09.2022.).

© Курникова И.В., Савин В.Э., 2022

УДК 330.34

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

Лаврикова Н.И.

кандидат экономических наук, доцент,
сотрудник Академии ФСО России

Цифровизация является одним из ведущих детерминантов, определяющих существенные социальные и экономические изменения последних десятилетий. Однако процесс развития цифровой экономики начался гораздо раньше, в эпоху, предшествовавшую третьей промышленной революции. В настоящее время мы наблюдаем ускорение развития цифровых технологий, распространение их социально-экономических последствий. Цель данной статьи – определить и оценить этап развития цифровизации и оценить влияние информационных и телекоммуникационных технологий на условиях функционирования предприятий, реализацию стратегии развития конкуренции, а также методы разработки бизнес-стратегий. Статья построена на оценке этапа развития цифровой экономики как социально-значимого явления, на выявлении новых возможностей в формировании стратегий предприятий, что, с одной стороны, будет зависеть от оценки стадии развития самой технологии, с другой стороны, возможности и масштаба её реализации в различных сферах социально-экономической жизни.

Ключевые слова: цифровая экономика, стратегия, менеджмент, инновации.

Отправной точкой в оценке уровня цифровизации экономики — это оценка уровня развития технологий, поскольку источником цифровизации являются информационные и телекоммуникационные технологии и более широкие возможности для их реализации во все большей степени в различных сферах общественной и экономической жизни. Развитие цифровой экономики является источником инноваций и одним из основных процессов интернационализации и глобализации предприятий, обществ и мировой экономики.

Развитие цифровых технологий имеет существенное влияние на развитие глобализации, поскольку оно способствует устранению барьеров для общения и обмена информацией в международном масштабе, является благоприятным фактором интернационализации обществ, культур и экономики. В микроэкономическом измерении обеспечивает бесперебойную связь и функционирование предприятий, потребителей и других групп заинтересованных сторон и значительно повышает прозрачность рынка. С точки зрения бизнеса развитие цифровизации — это не только новые конкурентные проблемы, но и прежде всего развитие новых инновационных и динамично развивающихся секторов деятельности, которые могут служить источником замещающих продуктов и услуг, методов реализации потребностей, ресурсов и альтернативных методов конкуренции.

Понятие цифровизации можно рассматривать и интерпретировать по-разному: с социальной, экономической и технологической точки зрения. [1] Отправной точкой в оценке развития цифровизации может стать оценка уровня развития технологий, поскольку её источником являются информационные и телекоммуникационные технологии с галопирующим ростом мобильных технологий. Истоки развития информационных технологий и информационных систем относятся к первой половине XX в., когда появились первые электронные числовые вычислительные машины, являющиеся прототипами современных компьютеров. Говоря о цифровизации, мы имеем в виду прежде всего технологии, которые положили начало развитию информатики и информатизации, т. е. компьютеры (оборудование) и программное обеспечение управления, составляющие основу третьей промышленной революции. Вне коммерциализации информационные и информационные технологии так же играют важную роль в дальнейшем развитии цифровизации при активном участии развития компьютерных сетей, особенно сети интернет, систем стационарной (волоконно-оптической) и мобильной (радио-и спутниковой) связи. Информационные и телекоммуникационные технологии в их узком смысле — это независимые понятия (архитекту-



ра устройств и программного обеспечения и инфраструктура для связи устройств), однако они сильно связаны процессами их конвергенции.

Сегодня телекоммуникация основана на цифровой обработке и передаче данных, которые сохраняются, обрабатываются и передаются в числовой форме (цифровой) и не могут функционировать без соответствующих устройств, программного обеспечения и ИТ-инфраструктуры. Также создание компьютерных сетей, включая глобальные сети, было бы невозможно без телекоммуникационных соединений. Ключевой отличительной чертой цифровых технологий (информационных и телекоммуникационных) это электронная, числовая обработка, сохранение и передача данных (в виде цифровых сигналов и нулевых единичных кодов).

Цифровые технологии часто противопоставляются аналоговым технологиям, аналогичным как концепция цифровой и аналоговой экономики. Процесс создания бизнес-стратегии требует в каждой ситуации оценки того, как они меняются в настоящее время и в прогнозируемых условиях, в которых они функционируют и будет функционировать само предприятие, и как изменяющиеся условия могут формировать стратегии предприятий, возможности их развития и эффективной конкуренции. [2] Оценка обусловленности — это как макро-, так и микроэкономический контекст происходящих процессов. Цифровые технологии могут иметь здесь как макро- и микроэкономический контекст, а также источник и содержание реализуемых стратегий развития и конкуренции. Технологии также могут быть использованы для оценки обусловленности и поддерживать процессы принятия решений, что характеризует содержание их стратегии и могут влиять на методы создания стратегии. Цифровые технологии могут также быть реализованы в различных областях и на разных этапах процесса создания стратегии, её реализации и оценки, а также могут быть использованы в самом процессе создания и приобретения стратегических ресурсов. Оценка текущего объёма и дальнейших возможностей внедрения цифровых технологий должна учитывать все наиболее важные перспективы этой оценки.

Развитие цифровых технологий существенно меняет макро-и микроэкономические условия, в которых работают предприятия. Ключевую роль здесь играют технологические, экономические, социальные и нормативно-правовые условия. Развитие информационных и телекоммуникационных технологий внесло значительный вклад в социально-экономические преобразования, в том числе для ускорения процессов глобализации предприятий, обществ и экономики — создана совершенно новая логистика для потока информации и прозрачности рынков, доступ к продуктам, услугам и стратегическим ресурсам в международном масштабе.

Информационные технологии наряду с распространением телекоммуникационных технологий все большее влияние оказывают на социальные преобразования, модели потребления и поведение потребителей на рынке. Эти процессы ведут к унификации моделей потребления в глобальном масштабе, форсируют стандартизацию многих продуктов и услуг (особенно цифровых продуктов из-за требований к их взаимной совместимости), а сами технологии создают большие возможности персонализации продукции в условиях растущего конкурентного давления. [3] Развитие цифровых технологий способствует этим преобразованиям и может стать инструментом, помогающим адаптироваться к этим изменениям. Таким образом, цифровые технологии оказывают влияние и на процессы конкуренции, и на рынок, и на формирование масштаба, динамики и структуры спроса через изменения в моделях потребления и создание новых потребностей и сегментов рынка). Цифровые технологии могут представлять важный стратегический ресурс, поскольку они меняют методы и условия конкуренции; модели деятельности предприятий могут стать источником ресурсов и методов организации бизнеса. Технологии, таким образом, оказывают прямое или косвенное влияние на формирование микроэкономической обусловленности.

Влияние информационных и телекоммуникационных технологий на условия развития отдельных рынков и секторов можно оценить с точки зрения концепции жизненных циклов технологии, продуктов и секторов. Новые цифровые технологии вытесняют существующие традиционные продукты и услуги (заменяя их цифровыми продуктами), меняют традиционные методы производства (автоматизация и роботизация на основе традиционных аналоговых систем промышленной автоматизации), изменить методы закупок и распределения (платформы, интернет-магазины, цепочки поставок), а также могут изменить управленческие процессы, реализуемые на предприятиях. Лучшим примером этого является развитие систем экономики совместного использования и экономики доступа, где доступ к новым услугам становится заменой собственности, а сама технология — это ключевой элемент архитектуры этих систем.

Цифровые технологии в сфере продуктов и услуг обладают потенциалом вытеснения традиционных решений. Они могут быть источником развития новых инновационных секторов с высокой динамикой спроса, а также источником обновления секторов, находящихся в стадии зрелости. Таким образом, основным источником роста здесь является технология. Новые динамические сектора и сферы деятельности характеризуются большим потенциалом роста, более высокой инвестиционной привлекательностью и представляют особую сферу деятельности для существующих предприятий и благодатную почву



для развития инновационного предпринимательства. Сектора, основанные на цифровых технологиях, становятся естественной областью деятельности новых инновационных предприятий (часто малых, средних и микропредприятий), а также могут быть ключевым источником роста крупных предприятий. Крупные предприятия, в том числе с традиционными секторами, могут быть заинтересованы в инвестировании в новые сферы деятельности в рамках прежней специализации, для расширения её интересов, а также в рамках реализации стратегии диверсификация и балансировки портфеля источников прибыли и новых источников роста. Крупные предприятия также могут быть заинтересованы в самих «цифровых» ресурсах, их инновационным потенциалом или инвестированием в новые предприятия, расположенные в наиболее привлекательных областях секторальной цепочки создания стоимости.

Таким образом, можно сделать следующие выводы об особенностях бизнес-стратегий в условиях цифровой экономики.

Ключевую роль в процессе развития цифровизации и цифровой экономики играют информационные и телекоммуникационные технологии. Понятие цифровой экономики относится к тем областям экономики, где цифровые технологии имеют ведущие функции в создании новых продуктов и услуг, новых секторов и новых методов организации и управления.

Развитие цифровых технологий создаёт возможности для создания новых продуктов и услуг, новых секторов и сфер деятельности с высокой инвестиционной привлекательностью, которые могут стать источником роста, инноваций и конкурентоспособности предприятия. Цифровые технологии являются источником замены продуктов и услуг альтернативными способами реализации потребностей получателей, замещения методов коммуникации и распределения, альтернативных форм организации управления и методов конкуренции.

Влияние цифровых технологий на процессы трансформации секторов разнообразно, что обусловлено разнообразным характером секторов и разнообразным влиянием технологий на процессы их трансформации. Сфера коммерциализации технологии также сильно дифференцирована по географическому и социально-экономическому измерению, что связано с экономическими барьерами, цифровыми исключениями и ограниченным доступом к инфраструктуре.

Расширенные инструменты бизнес-аналитики могут привести к достижению информационного превосходства и стратегических результатов, однако, не являются достаточно комплексными и интегрированными инструментами, чтобы они могли напрямую поддерживать весь процесс создания, реализации и оценки стратегии.

Цифровые технологии сформировали нынешнюю реальность и будут оказывать существенное влияние на процессы трансформации предприятий, секторов, обществ и хозяйственных систем. Учитывая потенциал развития цифровых технологий, все указывает на то, что мы все ещё находимся на начальном этапе развития экономики, а не в так называемой постцифровой эпохе.

Список литературы

1. Дудин М. Н. Цифровой суверенитет России: барьеры и новые траектории развития // Проблемы рыночной экономики. – 2021. – № 2. – С. 30-49.
2. Теория ограничений и системный подход к управлению цифровой трансформацией бизнеса // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2022. – № 3. – С. 79-86.
3. Formation of mechanisms for creating innovative national polygons // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science: 3, Mining, Production, Transmission, Processing and Environmental Protection, Moscow, 21 апреля 2021 г. – Moscow, 2021.

© Лаврикова Н.И., 2022

УДК 574

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Лантер Н.Н.
научный сотрудник,
ИНП РАН

В статье дана характеристика внешней санкционной среды в РФ, причин откладывания странами ЕС планового перехода к декарбонизации, вынужденного возвращения к углю и атомной энергетике. Описаны задачи, проблемы и изменение подходов к реализации национальных проектов РФ по экологии с целью достижения технологического суверенитета. Выявлено, что РФ расширяет цели и задачи экологических проектов через механизмы национальной инвентаризации объектов экологического ущерба, создание экологических диспетчерских, поддержку стратегических инициатив частно-государственного партнерства в сфере утилизации отходов, повышения энергоэффективности и развития экотуризма. Предложено создание добровольческих экоотрядов в рамках развития социально-ответственного экотуризма и реализации «генеральной экологической уборки» территории России, а также усиление школьных учебников информацией об экологическом мышлении.

Ключевые слова: глобальная декарбонизация, энергопереход, импортозамещение, энергоэффективность, экотуризм, экологические технологии, экологическая диспетчерская, инвентаризация, экологическая реабилитация, экологический ущерб, национальный проект, утилизация отходов, стратегическая инициатива, «генеральная экологическая уборка», «зелёные технологии», космический мусор, системные экоуслуги, экологическое мышление.

В условиях ужесточения санкций перед Российской Федерацией стоят задачи сохранения стабильных темпов социально-экономического развития, оперативного импортозамещения в достигаемых направлениях и развития национального технологического комплекса с учётом экологической составляющей. Для достижения технологического суверенитета анализ санкций и их транзитных эффектов, внутриотраслевой учёт разрушенных технологических процессов, жёсткий контроль первичных и вторичных ресурсов, межотраслевое взаимодействие в режиме онлайн-решений и новая внешнеэкономическая политика становятся особенно актуальными. Растёт значение работы торговых представительств РФ в странах, готовых к сотрудничеству с РФ в новых условиях. Проводится оперативный пересмотр правовой базы международного сотрудничества, национальным операторам передаётся управление иностранными активами при выходе иностранных партнеров из бизнеса, идёт поиск новых партнеров. Создаются платформы для оперативного поиска аналогов импортных запчастей, расходных материалов, технологий, управленческих решений, ПО. Так, цифровой сервис «Биржа импортозамещения» обеспечивает прямое взаимодействие между российскими производственными компаниями и заказчиками, снижает бюрократические и административные нагрузки на предприятия. В новых условиях критичны инновационные, неординарные управленческие решения для поддержки и стабилизации работы предприятий, включая экологического направления, пострадавших от выпавших звеньев технологических циклов и сжатия рынков сбыта.

Отметим, что в новых условиях происходит резкий рост значимости окружающей среды в мировой экономике и международных отношениях, он превращается в фактор конкуренции и расширения частно-государственного партнерства. Экологическая, «зелёная» повестка, повестка эко-технологий производства и сокращения потребления энергии, потребность в росте энергоэффективности мирового хозяйства тесно взаимодействуют с общеэкономической, технологической повесткой и вопросами национальной безопасности. Санкции в отношении РФ ставят целью ограничение доступа к безопасным технологиям добычи ресурсов, импортозамещения, решения экологических проблем не только России, но и всего мира.

Важно признать, что страны ЕС откладывают сроки «озеленения» экономики, в них возрастает роль атомной энергии, намечен временный возврат к активному использованию угля. Тем не менее, дан мощный толчок развитию технологий использования энергии ветра и солнца, воды, рынок ЕС заявил бизнесу и науке о своих новых потребностях. Сегодня РФ стоит перед необходимостью перераспределения бюджета и оперативного закрытия выпавших технологических звеньев в критических отраслях. Экологическое направление может утратить свое критическое значение ввиду многих причин (рост затрат, дефицит технологий, др.).

После ухода в феврале – июне 2022 г. с российского рынка более 150 компаний из 25 тыс. зарегистрированных иностранных компаний [1], рынок отметил существенные проблемы с технологиями, расходными материалами, запчастями и логистикой. Это объясняется тем, что часть из них – флагманы отрасли и владельцы передовых технологий, крупные инвесторы и работодатели в РФ: Siemens, IKEA, Whirlpool, Cisco, Michelin, Fortum, AAK, Toshiba, Teknos Group Oy, SAS, Nokia, Intel, Renault, IHI, AGC, Pirelli, LG Electronics, Qualcomm, Xerox, Otis, Bosch, ASUS, Airbus, Ericsson, John Deere, IVECO, GE, IBM, AMD, Intel, Samsung и др. Прогнозируется дальнейшее значительное сокращение присутствия иностранных компаний, включая экологические, а также банков в РФ в течение трёх лет, что связано с текущим завершением реализации ранее начатых проектов и контрактов по поставкам и медленным выводом активов из РФ. Часть компаний пока продолжают в РФ проекты гуманитарного направления (медицинские проекты Siemens для онкобольных детей).

В этой связи срочный поиск альтернативы, аналогий материальным процессам и нематериальным активам ушедших компаний стал перво-степенной задачей практически всех отраслей и ведомств, реализация которой усложнена массовым оттоком за рубеж российских специалистов, включая экологов, и IT-компаний.

Для решения задач срочного импортозамещения в апреле 2022 г. принят перечень товаров (23 стр.), которые можно ввозить в третьи страны без согласия правообладателя (сотни иностранных брендов), учитывающий меняющиеся требования и тенденции российского рынка. В новых условиях параллельного импорта многие иностранные бренды столкнутся с необходимостью снижения цен в условиях конкуренции с аналогичными товарами своих марок, завезённых в РФ по параллельным схемам.

Полагаем, что вызовы внешней среды потребуют перехода от импортозамещения к догоняющей модели, и в ближайшие годы – к стабилизации и опережающей модели развития экономики РФ, что позволит интенсивно наращивать высокотехнологичный экспорт. Правительство РФ готовит обновлённую модель промышленных кластеров. Экологическое направление включено в эту модель. Компании, производящие продукцию из списка критического импорта, получают дополнительные преференции, гарантии сбыта продукции.

Отметим, что активно прорабатываются альтернативные транспортные коридоры для внешней торговли РФ. Растёт загруженность СМП. Утвержденная в 2017 г. Стратегия развития российских морских портов в Каспийском бассейне, железнодорожных и автомобильных подходов к ним до 2030 г. (распоряжение от 8 ноября 2017 г. № 2469-р) направлена



на интеграцию российских портов на Каспии в главные транспортные узлы и коридоры международной торговли, образующие единый транспортный узел Каспийского бассейна. Это решение ставит целью усилить роль Северо-Кавказского федерального округа, создать новые промышленные кластеры в регионе, оздоровить экологию региона через специальные проекты.

В этой связи отметим, что в условиях санкций, сжатия рынков, демпинга цен на ресурсы из РФ возможно сокращение экологической составляющей проектов ресурсных компаний. Параллельный импорт также ставит проблемы сертификации на экологичность продукции.

Важно подчеркнуть, что забота об экологии имеет не только гуманитарную, но экономическую основу. Очистка территории Арктики от металлического мусора имеет цель – компенсацию экологического вреда и сбор металлолома для дальнейшего использования. Запрет на вывоз отходов и лома драгоценных и металлов (с 8 ноября 2021 г. до января 2023 г.) имеет цель – сохранить стабильный источник вторичного сырья для переработки на внутреннем рынке. Планируется запретить экспорт цветных металлов, содержащих вольфрам. При этом очевидна взаимосвязь экономического и экологического аспектов этого решения.

Анализ экопроектов подтвердил, что РФ продолжает вносить значительный международный вклад в сохранение планеты, сокращение промвыбросов. Так, в рамках международного сотрудничества с Южно-Африканским Национальным Космическим Агентством, осенью 2022 г. в ЮАР НПК СПП введёт в строй оптико-электронный комплекс обнаружения космического мусора (на высотах от 120 до 40 тыс. км).

Вместе с тем, удерживать курс на экологическую составляющую не получается даже в ранее ориентированных на «зелёную» энергетику странах ЕС, где идёт возврат к атомным станциям, использованию угля в условиях дефицита газа. ЕС может не достичь планов декарбонизации экономики в плановые сроки. В РФ сохранение экологической повестки сохраняется, несмотря на значительный секвестр бюджета (на 1,6 трлн рублей) 59 из 62 госпрограмм и непрограммных направлений в 2022–2024 гг. Экологическая безопасность остается приоритетной для всех программ.

Госпрограмма «Научно-технологическое развитие» сократит бюджет на 150 млрд рублей. Программа «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности» сократится на 14 млрд руб., но в общей сложности в 2023 г. её стоимость, по данным РБК, сократится на 200 млрд руб. На госпрограммы, непрограммные направления направят 22,6 трлн руб. в 2023 г., 23 трлн руб. – в 2024 г. и 24 трлн руб. – в 2025 г.

Отметим, что финансирование нацпроектов осуществляется из нескольких источников (госбюджета, бюджетов областей и отдельных регионов, за счёт привлечения сторонних частных средств на основе конкурса).

Все 12 нацпроектов РФ можно разделить на три макро-группы:

- развитие и инвестирование в человеческий капитал, как национальное достояние (здравоохранение, образование, демография и культура);
- городская среда и комфортные условия для жизни человека (экология, транспорт, жилье);
- развитие экономики (цифровая экономика, международная кооперация, МСБ, производительность труда, занятость).

На сайте управления нацпроектами определены общие объемы финансирования, число реализованных проектов и находящихся в стадии реализации.

Таблица 1

Объемы финансирования национальных проектов

№	Название национального проекта	Федеральные проекты	Бюджет, млрд руб.
1.	Здравоохранение	8	1 725,8
2.	Образование	10	784,5
3.	Демография	5	3 105,2
4.	Культура	3	113,5
5.	Безопасные и качественные автомобильные дороги	4	4 779,7
6.	Жилье и городская среда	4	1 066,2
7.	Экология	11	4 041,0
8.	Наука	3	636,0
9.	МСП	5	481,5
10.	Цифровая экономика	6	1 634,9
11.	Производительность труда и поддержка занятости	3	52,1
12.	Международная кооперация и экспорт	5	956,8
13.	Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры	11	6 348,1

Источник: <https://национальныепроекты.рф> [2]

Отметим также, что все нацпроекты включают в себя госпрограммы и целевые проекты по модернизации отраслевой инфраструктуры. Помимо этого, была создана специальная система «Электронный бюджет» для управления имущественными и финансовыми средствами программы.



Отметим, что национальный проект «Экология» – это 11 федеральных программ, которые нацелены на развитие России до 2024 г. Нацпроект «Экология» позволит перейти к модели рационального природопользования, улучшит качество жизни 20 млн россиян, создаст комплексную систему обращения с твердыми коммунальными отходами, ликвидирует незаконные свалки по всей стране и сократит накопленный экологический вред. К 2024 г. в России появятся 24 новые особо охраняемые природные территории. По данным Минприроды, в настоящий момент в 22 городах РФ остаётся очень высокий уровень загрязнения, в 24 городах – просто высокий. В рамках программы «Чистый воздух» объём выбросов сократится на 22 %. По плану нацпроекта «Экология» к 2024 г. не должно остаться ни одного города с высоким уровнем загрязнения воздуха. Финансовое обеспечение нацпроекта «Экология» включает 11 федеральных проектов (ФП):

Таблица 2

Федеральные проекты нацпроекта «Экология»

№	Название федерального проекта	Объём финансирования, млн руб.
1.	«Чистая страна»	124 206,8
2.	«Комплексная система обращения с твердыми коммунальными отходами»	296 223,8
3.	«Инфраструктура для обращения с отходами I–II классов опасности»	36 353,3
4.	«Чистый воздух»	500 139,8
5.	«Чистая Вода»	245 050,0
6.	«Оздоровление Волги»	205 378,9
7.	«Сохранение озера Байкал»	33 944,9
8.	«Сохранение уникальных водных объектов»	15 152,0
9.	«Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма»	6 282,8
10.	«Сохранение лесов»	151 009,8
11.	«Внедрение наилучших доступных технологий»	2 427 300,0

Источник: <https://национальныепроекты.рф> [2]

Отметим особое значение федеральной программы «Чистая вода», в рамках которой первично планировалось обеспечение 91 % жителей РФ качественной питьевой водой (более 11 млн жителей РФ не имеют к ней доступа, 12 млн чел. не имеют центрального водоснабжения). Вместе с

тем особое внимание уделяется сохранению озёр и рек по программам – «Оздоровление Волги» и «Сохранение озера Байкал». Конкретизированы водные объекты защиты – река Волга и озера Байкал и Телецкое (ремонт и создание новых мощностей по очистке коммунальных и дождевых стоков, посадки леса, восстановление малых рек).

Однако также подчеркнём, что меры в рамках нацпроекта «Экология» не позволят комплексно обратить вспять деградацию рек и восстановить экологические системы. Тем не менее, в условиях санкций проект «Экология» вынужденно изменён в сторону увеличения сроков достижения поставленных целей (до 2030 г.) и объёмов финансирования, применяемых технологий и изменения состава участников.

Также изменена национальная цель нацпроекта – направление «экология» изменено на «комфортную и безопасную среду». Введение двух новых федеральных программ по изменению климата, научным исследованиям и экологическому просвещению повысит значение нацпроекта.

Наряду с этим изменены предыдущие экологические цели – исчезло положение о чистой питьевой воде, ликвидации несанкционированных свалок, сохранении биоразнообразия, экотуризме. Национальные цели более обобщенно описывают задачи и группируют экологические проблемы в три основных блока: отходы, воду и воздух. До 2030 г. поставлена новая цель – благодаря созданию всеобщей системы по сортировке отходов направлять все 100 % отходов на сортировку. Начата широкая СМИ агитация по сортировке отходов населением, что сократит число полигонов мусора. В октябре 2022 г. ожидается корректировка нацпроекта.

Растёт значение мониторинга окружающей среды. Росприроднадзор приобрёл мобильные мониторинговые станции, потребность в которых очевидна в каждом крупном городе. В части безопасности воздуха поставленная цель (снизить на 20 % валовые выбросы) не учитывает факт, что по факту реализации планов технологически достигаем только уровень предельно допустимых концентраций (ПДК) без учёта концентрации опасных веществ. Перераспределение финансов по всем странам не должно снизить внимание к 12 наиболее загрязнённым в части воздуха городам РФ.

Важная цель нацпроекта «Экология» – развитие экотуризма и экомышления – навыка людей будущего, помогающего в работе, экономии ресурсов, сохранении окружающей среды, внедрению «зелёных» практик как естественной части жизни. В докладе «Навыки будущего» экспертов «Global Education Futures» [3] и «WorldSkills Russia» [4] экомышление определяют, как способность «понимать связность мира, воспринимать свою деятельность в контексте всей экосистемы, поддерживать эволюционные процессы». Развитие экомышления с детства формирует ответственность за все последствия своих действий с точки зрения сохранения природы и жизни на планете. Предлагаем содержательно усилить школьные учебники материалами об экоответственности.



Полагаем, что в период революционных, необратимых изменений, в период разрушения экосистем и растущего экокрисиса и беспрецедентного энергетического кризиса именно *экомышление* станет бесценным нематериальным ресурсом. Этот новый мета-навык как предмет первой потребности по борьбе с климатическими изменениями, дефицитом ценных природных ресурсов, энергетическим, мусорным коллапсами, новыми эпидемиями, техногенными авариями и другими проблемами станет новым трендом столетия. Этот осознанный отказ от избыточного потребления, внедрение экологического образа жизни станет базой для энергоперехода.

Вместе с тем, развитие экотуризма (детского туризма, туризма в деревне по системе господдержки, кэшбэка) в регионах РФ станет стимулом для активного малого предпринимательства, экологического просвещения населения и развития патриотизма. Заметно растёт уровень эталона курортов [5, 6]. Так, на Северном Кавказе реализуется масштабный проект развития горнолыжного кластера (курорты первой очереди – «Архыз», «Ведучи» и «Эльбрус», вторая очередь – курорты в Ингушетии и Дагестане). В 2016 г. «Архыз» стал победителем в номинации «Лучший молодой горнолыжный курорт России» премии «Лидеры спортивной индустрии». Развитие экотуризма будет иметь транзитный, синергетический эффект в области сохранения здоровья населения.

В целях масштабного охвата деятельности по ликвидации несанкционированных свалок (тотальная инвентаризация выявила 29 тыс. свалок в РФ), уменьшения экологического ущерба от захоронения твёрдых бытовых отходов, промходов (2 тыс. свалок), рекультивации земель, очистки рек, ликвидации 258 затонувших кораблей, мешающих судоходству и вредящих экосистемам, будет трансформирован нацпроект «Экология». Вместо проекта «Чистая страна» в него включают проект «Генеральная уборка» с объёмом финансирования 20 млрд руб. в 2022–2024 гг. Нацпроект «Экология» продлён до 2030 г. В рамках проекта предполагается провести «тотальную уборку» на суше и море. Проведена инвентаризация всех экологических объектов, создается экологическая диспетчерская, штрафы за ущерб природе будут направлены на экологические проекты по экологической реабилитации регионов. В этой связи развитие социально-ответственного экотуризма и молодёжного экодвижения, масштабное создание региональных добровольческих экоотрядов по «генеральной экологической уборке» России может стать действенным инструментом реализации экологических проектов.

Одновременно с огромными глобальными потерями от последствий изменения климата и роста стихийных бедствий, роста эпидемий в мире растут расходы на здравоохранение. В 2010 г. от задымления природных пожаров и жары в России погибли более 50 тыс. человек, а

США от последствий COVID-19 умерли более 1 млн чел. Для реагирования на экологические вызовы принимаются стратегии экологической ответственности. Компании внедряют в свою работу критерии ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) и ЦУР (цели устойчивого развития ООН), поддерживают курсы по «зелёной» и циклической экономике, экосистемным услугам и экологическим темам на открытых платформах Coursera, EdX и др.

Полагаем, что уровень экологичности транспорта в РФ может временно снизиться из-за санкций. ВАЗ вынужденно может снизить экологичность двигателей новых автомобилей, отсутствие оригинальных запчастей для ранее ввезённого транспорта и нарушение сроков ремонта также повысят экологический след. Производство электромобилей в РФ может быть отложено на неопределённый срок, в то время как в Норвегии все авто пронумерованы со знаком Е (электро), и в мире каждый год появляется 450 моделей электромобилей. Переход общественного транспорта на электробусы в Москве стал знаковым пилотным проектом. Приоритет социальной поддержки населения на фоне роста безработицы может участие РФ в экологической повестке мировой экономики, однако откроет возможности для развития внутреннего рынка.

Отметим, что массовое «зелёное» мышление, ответственность за сохранение природных экосистем, переход на возобновляемые источники энергии становятся лидирующим трендом в ближайшие десятилетия, несмотря на традиционные источники энергии. Можно согласиться с мнением «Global Education Futures» и «WorldSkills Russia» о том, что человечество переходит к более целостному пониманию земной экосистемы, своей роли и роли технологий в эволюции биосферы [3, 4].

В целом эксперты соглашались с тем, что «зелёная» энергетика становится самой выгодной инвестицией XXI века. Она будет включать больше политического компонента. Так, ЕС выделяет около 8 млрд долл. для строительства самой высокой плотины Рогунской ГЭС (335 м) в Таджикистане с целью декарбонизации региона и снижения зависимости от российской энергетики. С другой стороны, новые технологии управления водохозяйственным комплексом, *безопасности гидротехнических сооружений могут стать основой международного сотрудничества и глобальной безопасности*. Полагаем важным учитывать изменение внешней среды, глобальных рынков в долгосрочной перспективе в стратегии развития РФ.

Отметим, что с 1990-х г. экологическая политика воспринималась в РФ как вызов, риск и угроза для экономического развития. Так, в «Стратегии экономической безопасности РФ (от 2017 г.)» развитие «зелёных технологий» причислено к основным вызовам и угрозам экономической безопасности страны. Это связано со снижением



спроса на сырьевые товары, экспортируемые РФ благодаря быстрому и тотальному внедрению «зелёных» технологий.

Очевиден факт, что в РФ сотни экологических организаций замечают растущий интерес общества, бизнеса, государства к экологическим проблемам. Создается новый рынок циклической экономики, растёт спрос на экосистемные услуги, особенно в развитых странах с небольшими территориями. РФ с богатейшим ресурсным потенциалом играет роль экологического донора планеты. При этом санкции тормозят доступ к новым экологическим технологиям, инициативы продвижения экологических интересов в международных организациях, а также к ресурсам для глобальной декарбонизации, спасения климата и биоразнообразия Земли.

В заключение отметим, что экологическая повестка и учёт глобальных тенденций по декарбонизации в условиях санкций в долгосрочной перспективе должны стать одними из приоритетных направлений внешней политики РФ, включая двусторонние договоры с соседними странами и многосторонние проекты с российским участием (БРИКС, ШОС, ЕАЭС).

Список литературы

1. Стратегия в Российской Федерации на период до 2035 г. // URL: <http://welkometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennegoturizma-v-rossii-v-2021-godu> (дата обращения: 22.09.2022.).

© Лантер Н.Н., 2022

УДК 338.48

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Левченко К.К.

кандидат экономических наук.

заместитель руководителя территориального органа
МИД России в г. Сочи

На основе мониторинга медиаресурсов с использованием статистики поисковых запросов инструмента Google Trends в статье проведено исследование перспективных направлений развития туризма. Особое внимание уделено проблемам цифровой трансформации туристского продукта, которая закономерно ведёт к появлению феномена платформенного и экосистемного качества, связанного с технологическими и цифровыми трансформациями, характеризующими туристскую сферу и объекты её инфраструктуры. Обосновано, что экосистемный платформенный подход позволяет сформировать эффективные управленческие решения, включая использование природных экосистем на основе стратегии ESG. Для обобщения информации в исследовании был применен метод PEST-анализа, который позволил обосновать вывод о

том, что цифровизация в сфере туризма становится одним из эффективных стратегических направлений его развития.

Ключевые слова: туризм, мониторинг, цифровая трансформация, платформенный подход, территориальное туристское объединение, стратегия ESG.

Тенденции на мировом туристском рынке нацеливают на ряд ключевых аспектов, релевантных современному состоянию этой бизнес-ниши. Учитывать данные тренды важно с точки зрения повышения конкурентоспособности туристского продукта, выхода на новые потребительские рынки и соответственно увеличения туристских потоков. Так, в соответствии со стратегией развития туризма в Российской Федерации, общее число туристических поездок, вырастет с 45,22 млн в 2020 г. до 143,93 млн в 2035 г. [3]

Каким бы аспектом туристического сектора ни занималось предприятие, нужно держать руку на пульсе и отслеживать текущие изменения в сложившихся практиках, которые могут повлиять на динамику спроса [1]. Излюбленные концепции и турпродукты выходят из моды, их заменяют более современные предложения, которые, в конечном счёте, захватывают большую долю рынка. Например, новые информационные технологии и новые интеграционные структуры, например, территориальные туристские объединения вызывают серьёзные сдвиги в сфере туризма. Раннее внедрение новых тенденций становится жизненно важным для ведения туристского бизнеса, особенно в условиях активной трансформации глобальных процессов, а также внешнесанкционного давления со стороны недружественных стран.

Поэтапно рассмотрим ряд трендов, выделенных автором в результате проведённого исследования и мониторинга медиаресурсов с использованием статистики поисковых запросов инструмента Google Trends.

1. Смена доминирующей мотивационной парадигмы. Первая и главная из тенденций касается мотивации путешествий. От парадигмы S-S-S (море – солнце – песок), которая доминировала во второй половине XX века, современный внутренний туризм и индустрия путешествий переходит к парадигме L-L-L (знания – пейзаж – отдых) [2].

На наш взгляд, это проявление более глубокой тенденции – дифференциации туристического продукта вследствие глобальных вызовов современности.

2. Цифровая трансформация туристского продукта. Цель цифровой трансформации всей экономики, и сферы туризма, в частности, определяется ростом валового внутреннего продукта, не столько с позиций количественной оценки, сколько с позиций оценки качества.



Цифровая трансформация демонстрирует появление феномена платформенного и экосистемного качества и имеет в туризме свои особенности. Это справедливо как для уровня отдельных субъектов внутреннего туризма, так и индустрии внутреннего туризма в целом. Причём важным фактором выступает определение и формирование функционала цифрового сервиса, обновление требуемых компетенций для специалистов, а также анализа существующей инфраструктуры внутреннего туризма. Одной из перспективных форм проявления цифровизации в туризме может стать технология искусственного интеллекта, которую возможно применять в основных секторах туристской деятельности, поскольку модель развития туризма, основанная использовании потенциала цифровизации, напрямую зависит как от внутренних технологических возможностей организации, так и от внешних условий окружающей среды. На основе использования искусственного интеллекта осуществляется поиск и бронирование различных туров, в гостиничном бизнесе все более популярными становятся умные номера, выявляются факторы соответствия, позволяющие подстраивать окружающую среду под индивидуальные потребности и запросы туристов.

Использование технологий искусственного интеллекта даёт возможность практического сокращения времени на ответы по запросам туристов по всему временному отрезку в персонализированном формате.

Еще одной современной формой цифровых трансформаций в деятельности туристских организаций является онлайн-покупка туров, спроектированных самими туроператорами.

3. Платформенный подход к развитию туризма

Наиболее интересен, с нашей точки зрения, является платформенный подход к развитию туризма, особенно реализуемый с позиций экосистемы, который тесно переплетается с технологическими и цифровыми трансформациями, характеризующими туристскую сферу и объекты её инфраструктуры. Технологические трансформации в туризме наиболее ярко демонстрируют появление «экосистемного качества» обслуживания туристов, проявляющегося не только в возможности дистанционных продаж туристского продукта, но и возможности формирования моделей деятельности на основе цифровых технологий и совершенствования основных бизнес-процессов при сохранении экологической среды туристских территорий, то есть их устойчивого развития. Экосистемное качество привносит инновации в туризм, даёт новое качество обслуживания туристов, так как большинство бронирований и покупок туров можно совершать онлайн, быстро и в несколько кликов, то есть реализует решение по принципу одного окна, позволяя делать все операции в едином мобильном приложении [4]. Накопление большого количества данных позволяет с помощью экосистемного

подхода сформировать «портрет туриста» и обеспечить целостность получения услуг, а также повысить точность адресных предложений под конкретного путешественника. Реализация экосистемного подхода предполагает разработку комплекса мероприятий по достижению сетевого эффекта и эффекта масштаба, заключающегося в трансплантации платформенных моделей туристского бизнеса, определении их минимального функционала для эффективного управления технологическими трансформациями сферы туризма. Экосистемный платформенный подход позволяет также выявить и оценить attractiveness ресурсов туристских территорий для развития различных видов туристско-рекреационной деятельности и, как следствие, сформировать эффективные управленческие решения, включая использование природных экосистем, сохранения их структуры и функций.

В этом плане большой интерес представляет стратегия ESG, аббревиатура которой интерпретируется как «экология, социальная политика и корпоративное управление» [2].

4. Устойчивое развитие туризма в соответствии со стратегией ESG

ESG – это по большому счёту устойчивое развитие туристской деятельности, реализуемое на бережном и ответственном отношении к окружающей среде (E-environment), социальном развитии, как туристских предприятий, так и самих туристов (S-social), высоком качестве эффективного управления (G-governance).

В современной трактовке ESG-принципы были впервые сформулированы экс-секретарем ООН Кофи Аннаном, который рекомендовал крупным мировым компаниям включать данные принципы в планы своего стратегического развития, которые позволили бы быстро реагировать на активные трансформации глобальных процессов, поскольку экосистемные сервисы достаточно удобны и относительно просты в эксплуатации. Исследование, проведенное Booking.com, показывает, что 72 % туристов считают, что люди должны действовать сейчас и сделать выбор в пользу экологических путешествий, чтобы спасти планету и сохранить её для будущих поколений. Все больше путешественников переживают этот образ мышления, поэтому принимают решения о поездках с учётом окружающей среды. Компенсация выбросов углерода, например, становится всё более популярной с каждым днём, особенно потому, что путешественники хотят помочь смягчить последствия климатического кризиса. Туристические компании также могут поддержать эту миссию, внося небольшие, но существенные коррективы – отказаться от одноразового пластика или использовать только солнечную энергию.

5. *Формирование интегрированных территориальных структур туристско-рекреационной направленности, представляющих собой*



территориальные объединения, которые определяют цель или желаемый результат, включают основные шаги или вехи, необходимые для их достижения, а также набор стратегических рекомендаций для поддержки создания, поддержания и развития внутреннего туризма в определённой локации-регионе, а также позволяющих распространять эффект от их развития на уровень территорий, входящих в состав.

Развитие территориальных туристских объединений подразумевает в первую очередь объём взаимодействия, который целесообразно осуществлять исходя из рекреационной составляющей производственной кооперации, рассматриваемой через призму роста взаимного торгового оборота организаций, инфраструктуры и туристской деятельности

6. *Обеспечение этнокультурной составляющей в турпродукте.* Развитие внутреннего туризма позволяет также прикоснуться к культуре народов, населяющих туристскую территорию, увидеть уникальные ландшафты и природные условия. Возможности выбора туристского продукта значительно расширяются для семейных туров, включая детские программы. В этом случае в систему туристического продукта следует включать не только спортивные, но и культурно-экскурсионные, познавательные категории, что в целом должно повлиять на комплексное восприятие подобных туров целевой аудиторией без стереотипного подхода к активному туризму как спортивному досугу.

7. Совмещение туризма и деловых путешествий — это растущая тенденция в туризме, когда люди, путешествующие по работе или по делам, проводят свободное время в пункте назначения. Подобные деловые поездки могут быть запланированы заранее, когда клиенты планируют свой отпуск. Компании могут также предложить своим работникам некоторые туристические впечатления во время командировок. В этом контексте следует упомянуть инсентив-туры (поощрительные поездки для персонала).

8. Трансформационные туры. Это новое направление в туризме, которое быстро набирает популярность. Трансформационное путешествие — это не только путешествие для отдыха, но и стремление изменить жизнь других и себя. Волонтерские поездки являются примером опыта, который приобрёл популярность благодаря данному тренду. Путешественники отдыхают, а также выделяют время для волонтерской работы в местах своего путешествия. Потребители могут выбрать также оздоровительные каникулы (ретриты), во время которых они уединятся, присоединятся к занятиям йогой, отдохнут в окружении природы или посетят несколько обучающих занятий, чтобы освоить новый навык или язык.

Таким образом, следует принимать во внимание вышеописанные тренды, оказывающие влияние на технологические и цифровые трансформации в сфере внутреннего туризма.

Для обобщения информации был применён также метод PEST-анализа. PEST является удобным и простым способом, который применяют различные компании, чтобы проанализировать макросреду, что особо значимо в условиях активных трансформаций глобальных процессов в сфере туризма.

Выбранный нами метод предназначен для выявления политических, экономических, социальных и технологических факторов внешней среды (табл.). Зная данную информацию, можно оставаться активно развивающимся агентством, которое держит руку на пульсе, даже в кризисной обстановке рынка, обусловленной событиями во внешней среде.

В ходе анализа использованы данные из отчётов и прогнозов экспертов Ассоциации туроператоров России (АТОР).

Таблица 1

PEST-анализ внешней среды сферы туризма

Политические факторы	Экономические факторы
Государственное регулирование отрасли	Уровень дохода граждан
Налоговая политика	Ценообразование в отрасли
Санкционная политика со стороны недружественных стран	Гибкость рынка
Развитие внутреннего туризма	Курсы основных валют
Государственная поддержка сферы туризма	Инфляция
Краевые стратегии развития туризма	Сокращение инвестиций
Социальные факторы	Технологические факторы
Пандемия COVID-19	Цифровизация общества
Социальная мобильность граждан	Использование передовых технологий
Имидж города, региона	Развитие коммуникаций в сети Интернет
Смена тенденций	Изменения в стандартах работы турфирм
Половозрастная структура рынка сбыта	Нововведения конкурентов
Образ жизни и привычки потребления	Отсутствие доступа к некоторым социальным сетям
Возвращение бизнес-поездок	Смена площадок размещения рекламы



В результате проведения PEST-анализа относительно внутреннего туризма можно сделать следующие выводы:

- происходит бурное развитие внутреннего туризма на фоне закрытия въезда во многие страны для россиян;
- параллельно временно снижаются масштабы въездного туризма и качество международного сотрудничества;
- растёт популярность курортов на побережье Чёрного моря, и они начинают конкурировать между собой;
- меняется ценовая политика турфирм в связи с экономической обстановкой, инфляцией и курсом валют;
- в постковидный период для общества, на фоне вакцинации населения и улучшения эпидемиологической обстановки, возвращаются снова бизнес-поездки и деловой туризм;
- набирает обороты процессы цифровизации, появляются новые технологии и растёт медиапотребление в мобильном формате.

Список литературы

1. Киселёва И.А., Цэцгээ Б. Оптимизационная модель развития туризма // Аудит и финансовый анализ. – 2018. – № 2. – С. 98-119.
2. Стратегия в Российской Федерации на период до 2035 г. // URL: <http://welkometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennegoturizma-v-rossii-v-2021-godu> (дата обращения: 22.09.2022.).
3. Левченко К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории: монография. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 239 с.

© Левченко К.К.

УДК 338.48

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ
ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СТРУКТУР ТУРИСТСКО-
РЕКРЕАЦИОННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Левченко Т.П.

доктор экономических наук, профессор
кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса,
Сочинский государственный университет

Левченко К.К.

кандидат экономических наук,
заместитель руководителя территориального органа
МИД России в г. Сочи

В статье представлены теоретические и практические рекомендации по формированию интегрированных территориальных структур, оказывающих существенное влияние на развитие внутреннего туризма в условиях активных трансформаций современной экономики. Интеграционные процессы

территорий подразумевает усложнение управления, и в первую очередь, если речь идёт о взаимодействии территорий при выходе за рамки административных границ. Территориальные туристские объединения позволяют довольно успешно осуществлять социально-экономическое развитие как отдельных территорий в составе интегрированной структуры, так и поддержания, и развития внутреннего туризма в определенной локации регионального уровня. Для реализации мер по разработке механизмов развития и управления территориальными интегрированными структурами, и, в частности, такой формой как агломерация, Правительством РФ была даже разработана соответствующая дорожная карта, однако официального утверждения так и не имела, хотя время от времени все же корректируется.

Ключевые слова: территориальное туристское объединение, территории Краснодарского края, модель управления, сценарии развития, предикторы.

Интегрированные территориальные структуры туристско-рекреационной направленности представляют собой территориальные объединения, которые определяют цель или желаемый результат, включают основные шаги или вехи, необходимые для их достижения, а также набор стратегических рекомендаций для поддержки создания, поддержания и развития внутреннего туризма в определенной локации-регионе, а также позволяющих распространять эффект от их развития на уровень территорий, входящих в состав.

Развитие территориальных туристских объединений подразумевает в первую очередь оценку степени пространственно-экономической обособленности туристско-рекреационных территорий, определяющей объём взаимодействия, которую целесообразно осуществлять исходя из рекреационной составляющей производственной кооперации, рассматриваемой через призму роста взаимного торгового оборота организаций, инфраструктуры и туристской деятельности [1].

Актуальность рассмотрения данного аспекта определяется тем, что в процессе расширения оборотов туристской деятельности в выигрыше оказываются все участвующие территории.

Проведение данной оценки предполагает принятие показателя соотношения плотности предприятий в центре и определенной туристской территории в качестве определенного коэффициента, с последующим расчетом силы притяжения конкретной территории к центру. При этом большее значение интегрального показателя свидетельствует о более сильном «притяжении» данной территории к выбранному центру [2].

Применительно к туристско-рекреационным территориям Краснодарского края, конкретнее – городу Сочи и Туапсинскому муниципальному образованию, то учитывая их близкое расположение, целесообразно рассчитать параметры пространственно-экономической обособленности в целом по всем предприятиям данных территорий, и с выделением предприятий сферы туризма [4].



В расчётах использовались данные Госкомстата РФ, открытые данные администраций муниципальных образований и поселений, а также источники сети интернет. Расстояние между городами было определено при помощи программы 2ГИС по наиболее краткому маршруту между территориями. Это объясняется доступностью данной программы для пользователей телефонов и ориентацией на регулярное транспортное сообщение между территориями.

При этом в качестве экономического центра был принят Центральный район города Сочи, как место наибольшего сосредоточения численности населения и количества предприятий в пределах его границ. Ближайшими к нему выступают такие территориальные образования Большого Сочи как Хостинский, Адлерский, Лазаревский районы; кроме того, в этой близости находится и город Туапсе.

Полученные автором аналитические данные позволяют утверждать, что указанные территориальные образования в значительной мере получают положительные импульсы, которые исходят от центра Сочи [3].

Результатом формирования территориального туристского объединения станет значительная интенсификация положительных импульсов, исходящих из экономического центра при формировании двух основных географических точек роста Адлерский район города Сочи – Центральный район города Сочи ($I = 35,47$), г. Туапсе ($I = 46,41$). Эти точки, по сути, выступают полярными территориями географических границ формируемого территориального туристского объединения.

Говоря о Сочинско-Туапсинском территориальном туристском объединении, целесообразным, представляется рассмотрение следующих концепций организации управленческих воздействий на развитие курортных территорий, входящих в её состав (рис. 1). В составе концепций организации управленческих воздействий можно выделить две группы, в зависимости от организационной подчинённости курортной территории и способа распределения функционала управляющих структур: модели одноконтурного и двухконтурного построения.



Рисунок 1 – Концепции управления курортными территориями Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения

Концепция единого муниципального управления, предусматривает полное слияние курортных территорий Сочи и Туапсе.

Концепция договорной модели управления предусматривает заключение соглашений между главами администраций Сочи и Туапсе, инструменты взаимодействия в рамках которых направлены на интенсификацию развития сфер рекреации и туризма.

Модель управления курортными территориями, предусматривает создание управляющей структуры в ядре Сочинско-Туапсинского территориального объединения – городе Сочи, с последующим разграничением полномочий и ресурсов между центром и периферией интеграционной структуры.

В модели управления на уровне Краснодарского края, создание управляющей структуры происходит на краевом уровне, что обеспечивает большую степень централизации управленческих воздействий.

Исходя из возможностей управления курортными территориями можно выделить следующие сценарии развития территорий Сочинско-Туапсинского территориального объединения:

1-й сценарий – автономное, независимое развитие курортных территорий Сочи и Туапсе.

2-й сценарий – функционирование курортов Сочи и Туапсе в рамках единой стратегии в условиях реализации договорной модели управления.

3-й сценарий – функционирование курортных территорий Сочи и Туапсе в рамках единой стратегии в условиях реализации модели управления на уровне Краснодарского края.

Оценка каждого сценария была проведена методом автоматизированной линейной регрессии по выделенным предикторам [5], то есть наиболее значимым показателям социально-экономического развития территорий Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения с использованием инструментария IBM SPSS Statistics (табл. 1). Полученные данные показывают, что при сохранении автономности развития курортов Сочи и Туапсе (1 сценарий) наблюдается снижение темпов прироста валовой добавленной стоимости оказанных туристско-рекреационных услуг. При этом также на фоне стабильного увеличения туристского потока на уровне 3 % в год наблюдается убыточность многих предприятий рекреационно-туристской сферы.

Реализация Договорной модели управления курортными территориями Сочи и Туапсе (2 сценарий) показывает более равномерную динамику показателей в сравнении с первым сценарием: валовая добавленная стоимость растёт в среднем на 3,5 % в год, число прибыльных предприятий имеет тенденцию к увеличению на 4 % в год, что способствует увеличению количества рабочих мест в сфере рекреации и туризма, повышению качества оказываемых услуг, что положительно сказывается на динамике туристского потока – 7 % в год.

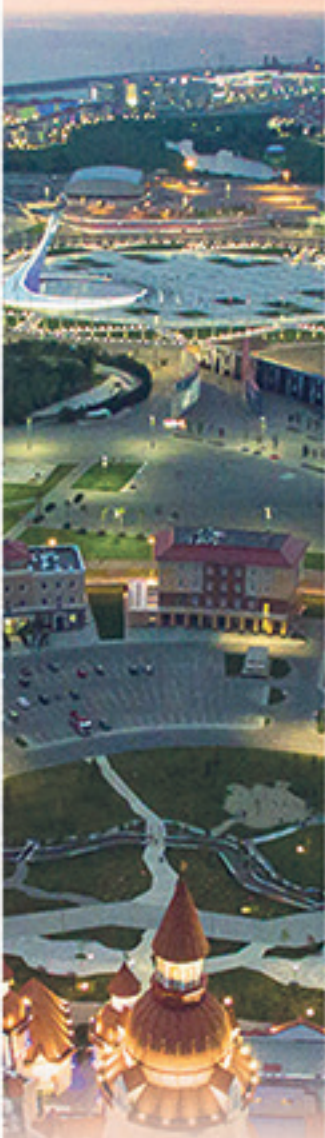


Таблица 1

Матричный предиктор Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения, %

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г. прогноз	2025 г. прогноз	2026 г. прогноз
1 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	1,70	2,60	3,10	2,10	1,90
2. Темп прироста величины туристского потока	2,53	3,09	3,59	3,47	3,35
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	11,11	10,00	9,09	10,42	9,43
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-11,20	-4,60	-2,30	1,50	3,00
2 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	3,70	3,70	4,40	3,00	2,60
2. Темп прироста величины туристского потока	5,06	7,23	7,30	7,33	7,32
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	13,64	14,14	12,80	14,28	13,40
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-7,50	-0,90	2,10	4,50	5,60
3 сценарий					
1. Темп прироста ВДС туристско-рекреационных услуг	5,00	4,80	7,00	4,70	4,10
2. Темп прироста величины туристского потока	6,33	8,93	9,29	9,50	9,59
3. Темп прироста доли работающих в сфере туризма и рекреации в общей численности населения	14,91	15,84	14,79	16,45	15,67
4. Темп прироста удельного веса прибыльных организаций сферы рекреации и туризма	-2,50	3,90	9,10	9,20	9,70

Реализация модели управления курортными территориями на уровне Краснодарского края (3 сценарий) даёт самые высокие результаты, что объясняется большими возможностями регулирования социально-экономических взаимоотношений на вышестоящем уровне. Так, средний темп прироста валовой добавленной стоимости за рассматриваемый период составит около 5 %, число прибыльных предприятий сферы рекреации и туризма в структуре экономических видов деятельности будет расти в среднем на 6 %, что приведёт к большей привлекательности сферы рекреации и туризма для трудоустройства населения – 15,5 % роста числа сотрудников и росту туристского потока в среднем на 9 % ежегодно.

Расчёт интеграционного эффекта в части формирования Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения целесообразно рассчитывать по динамике показателей объёма туристско-рекреационных услуг:

1. Суммарный объём туристско-рекреационных услуг Сочи и Туапсе;
2. Объём услуг Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения, полученный в результате интенсификации социально-экономического взаимодействия курортных территорий.
3. Расчёт интеграционного эффекта, как разности между показателями 1 и 2.

Помимо этого, оценка стратегий развития курортных территорий Сочи и Туапсе в составе интеграционной структуры выявляет необходимость проведения прогнозных процедур, предполагающих сохранение закономерностей и особенностей прошлого и настоящего, что позволяет использовать методы экстраполяции.

Результаты расчётов среднесрочного прогноза интеграционного эффекта Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения отражены в таблице 2.

Полученные результаты показали, что интеграционный эффект положителен и к 2025 г. должен составить 39 381,09 млн руб., при этом к 2026 г. наблюдается почти двукратный рост интеграционного эффекта с 2025 г. (74 750,77 млн руб.).

Расчёты также выявили, что исходя из среднегодовых темпов роста по коэффициентам «интеграционный эффект» и «объём туристско-рекреационных услуг в Краснодарском крае» выявил доминирование показателей Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения над показателями Краснодарского края, что свидетельствует и подтверждает «концентрацию» туристско-рекреационных краевых ресурсов в пределах интеграционной структуры, что, несомненно, приведёт к повышению конечных финансовых результатов деятельности предприятий индустрии гостеприимства в целом по Краснодарскому краю.



Таблица 2

Расчёт интеграционного эффекта Сочинско-Туапсинского территориального туристского объединения, млн руб.

Показатель	2021 г.	2022 г.	Ср. темп роста	2023 г. прогноз	2025 г. прогноз	2026 г. прогноз
Объём туристско-рекреационных услуг, млн руб., всего в т. ч.						
Сочи	27 609,04	29 402,20	1,065	31 311,82	33 345,47	35 511,20
Туапсе	4 355,67	4 668,77	1,072	5 004,38	5 364,11	5 749,69
Рассчитанный темп роста объёма услуг предприятий сферы туризма с учётом интенсификации взаимодействия курортных территорий				1,54	2,29	3,41
Объём туристско-рекреационных услуг СТТТО, млн руб., всего в т. ч.				52 605,58	78 090,67	116 011,66
Интеграционный эффект				16 289,38	39 381,09	74 750,77
Объём туристско-рекреационных услуг в Краснодарском крае, млн руб.	216 021,00	231 947,81	1,074	245 864,68	259 878,97	273 912,43

Список литературы

1. Ашугатоян С.Г. Эволюция взглядов на территориальную организацию туризма // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Науки о Земле. – 2016. – Т. 26. – № 3. – С. 127-134.
2. Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: монография / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с.
3. Левченко К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории: монография. – М.: РУСАЙНС, 2021. – 116 с.
4. Benur A., Bramwell B. Tourism product development and product diversification in destinations // Tourism Management. – 2015. – P. 213-224.
5. Зеленцова С.Ю. Разработка многомерных адаптивно-имитационных моделей прогнозирования социально-экономического развития региона: дис. канд. экон. наук: – Воронеж, 2006. – 160 с.

© Левченко Т.П., Левченко К.К., 2022

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ УЧАСТНИКОВ ЛЕЧЕБНО-ДИАГНОСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ В МЕСТАХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА

Линденбраген А.Л.

*доктор медицинских наук, профессор,
заслуженный деятель науки РФ,
руководитель научного направления,
главный научный сотрудник,
Национальный НИИ общественного
здоровья им. Н.А. Семашко*

Тимурзиева А.Б.

*кандидат медицинских наук,
научный сотрудник, Национальный НИИ
общественного здоровья им. Н.А. Семашко*

В представленной статье освещены сложности в организации медицинской помощи в местах оздоровительного отдыха, которые могут быть решены путём разработки мероприятий по повышению эффективности взаимодействия участников лечебно-диагностического процесса, в том числе, с использованием специальных алгоритмов, стандартов и свода нормативно-правовых актов, где чётко прослеживается механизм маршрутизации пациентов и степень ответственности участников. Проанализированы данные нормативно-правовых актов и источников отечественной и зарубежной литературы относительно наиболее важных факторов, влияющих на организацию медицинской помощи в ходе лечебно-диагностического процесса в местах оздоровительного отдыха, в том числе, с позиций анализа сегментированного рынка в системе здравоохранения.

Ключевые слова: места оздоровительного отдыха, участники лечебно-диагностического процесса, качество оказания медицинской помощи, сегментация рынка медицинских услуг; потребитель и поставщик медицинских услуг.

В решении задач национальных проектов Российской Федерации, в частности, таких как «Демография» и «Здравоохранение», большая роль принадлежит различным факторам, влияющим на состояние здоровья населения, среди которых важное место занимает образ жизни человека и оказание ему, в случае необходимости, медицинской помощи. Данные факторы в полной мере задействованы в рамках медицинского туризма и в местах оздоровительного отдыха [1]. Естественно, большая роль принадлежит в этом как самому человеку, так и работникам медицинских организаций, в рамках взаимодействия



которых и должно происходить то позитивное влияние на состояние здоровья населения [3]. Соответственно, для управления взаимодействием этих субъектов должны использоваться общие принципы построения систем, в частности, такие, как использование информационно-аналитических систем, принятие соответствующих решений, наличие и соблюдение нормативно-правовой базы, ресурсное обеспечение, оценка качества и эффективности деятельности этой системы и отдельно взятых её элементов и др. Пристальное внимание следует уделить потребностям пациентов и возможностям поставщиков медицинских услуг в рамках сегментированного рынка в системе здравоохранения [4]. По отношению к каждому пациенту в данном аспекте должен применяться индивидуальный подход.

Проанализированы данные отечественной и зарубежной литературы в реферативных базах Web of Science, Scopus, MEDLINE (Pubmed), eLIBRARY.ru и нормативно-правовые акты, регулирующие сферу медицинского туризма в Российской Федерации. Выявлены основные этапы оказания медицинской помощи пациентам в местах оздоровительного отдыха; виды и формы взаимодействия участников лечебно-диагностического процесса при оказании медицинской помощи.

Результаты и обсуждение. Вопросы, связанные с медицинским туризмом и оказанием медицинской помощи пациентам в местах оздоровительного отдыха, рассматриваются в различных источниках литературы [5, 6, 7] и нормативно-правовых документах и др.

Оказание медицинской помощи в местах оздоровительного отдыха регулируется соответствующими приказами. Так, санаторно-курортное лечение осуществляется при взаимодействии врачей различных специальностей друг с другом, в том числе, диетологов, физиотерапевтов, врачей лечебной физкультуры, а также медицинских сестер; немедицинских работников, в том числе, инструкторов-методистов по лечебной физкультуре и др. Взаимодействие между представителями подразделений, в данном случае, представителями различных специальностей, должно осуществляться автоматически, без избыточных визитов пациента в медицинскую организацию, а также избегая бремени с большим количеством бумажной работы. На практике часто встречается, что по прибытии в санаторий о пациенте ничего неизвестно, отсутствует соответствующая медицинская документация. Для эффективного взаимодействия между врачами необходимо соответствующее информационное обеспечение. В данном случае необходимо соблюдать конфиденциальность; также должна быть обеспечена защита персональных данных. При направлении пациента на санаторно-курортное лечение применяется выписка установленной формы, которая предоставляется

по месту прибытия, что регламентируется соответствующим приказом, однако, по нашему мнению, необходима преемственность при передаче соответствующей информации медицинского характера о пациенте, чтобы избежать повторных медицинских осмотров или получения бумажных носителей данной информации в различных медицинских организациях с целью сокращения временных и финансовых расходов на оказание медицинской помощи. При оказании медицинской помощи в местах оздоровительного отдыха предполагается сортировка пациентов лечащим врачом и заведующим отделением. Также в данном процессе может участвовать главный врач или его заместитель. Основным является в данном случае не только налаживание взаимодействия между лицами, непосредственно участвующими в лечебно-диагностическом процессе в психологическом смысле, но и анализ медицинской документации и передача её с использованием современных технологий, что представляется возможным при разработке соответствующих алгоритмов и стандартов. Важно понимать, что между медицинской организацией, к которой прикреплен пациент, и принимающей медицинской организацией в местах оздоровительного отдыха должны быть прописаны четкий алгоритм взаимодействия и ответственность сторон. Для устранения возможных сложностей по прибытии в санаторий врачу необходимо заранее ознакомиться с медицинской документацией пациента, что возможно при использовании информационно-аналитических технологий [8, 9]. Вопрос преодоления расстояния и увеличения доступности медицинской помощи при взаимодействии на уровне различных субъектов частично решается при использовании соответствующего информационного обеспечения и вышеупомянутых технологий, что позволяет существенно повысить её качество. В частности, данные современные технологии можно применить при анализе врачом медицинской документации пациента, определить схему маршрутизации пациента, подготовить всё необходимое для обеспечения соответствующего качества оказания медицинской помощи. Взаимодействие работников различного уровня, как медицинских, так и немедицинских, между собой и с отдыхающими крайне важно с позиций повышения качества оказания медицинской помощи.

Учитывая необходимость соблюдения принципов врачебной тайны, преемственности в оказании медицинской помощи, а также морально-этических норм при взаимодействии врача и пациента, использование дистанционно информационных технологий, позволяющих оценить состояние здоровья пациента, в том числе, определить показания и противопоказания к санаторно-курортному лечению, возможно только при соблюдении определённого алгоритма, который должен быть прописан



в соответствующих нормативно-правовых актах. Так, при наличии противопоказаний к проведению санаторно-курортного лечения необходимо, чтобы врач, курирующий пациента по месту жительства, а также врач, принимающий в месте оздоровительного отдыха, эффективно взаимодействовали друг с другом для решения вопроса о дальнейшей тактике ведения пациента и определения путей его маршрутизации. По нашему мнению, взаимосвязь между указанными структурами и четко регламентированное эффективное взаимодействие звеньев данной цепи позволит получить пациенту весь спектр медицинских услуг своевременно, без привлечения дополнительных ресурсов и с четким соблюдением преемственности оказания медицинской помощи. В Положении о лицензировании медицинской деятельности отражены более 50 специальностей и соответствующие виды работ. Как нам кажется, необходимо четкое разделение всех нозологий и определение алгоритма оказания медицинской помощи при каждой из них, но при соблюдении морально-этических норм. Санаторно-курортные учреждения могут быть различных типов, что отражено в соответствующем нормативно-правовом документе и включают в себя санатории различных видов, курортную поликлинику, грязелечебницу, бальнеологическую лечебницу и другие структуры, между которыми также необходимо эффективное взаимодействие. Порядок отбора и направления пациентов на санаторно-курортное лечение и вопросы качества оказания медицинской помощи утверждены в приказах, однако в них не отражен механизм эффективного взаимодействия между участниками данного процесса. Показания и противопоказания к проведению санаторно-курортного лечения и выдача форм определённого образца пациентам определяются соответствующими нормативно-правовыми актами. При выдаче пациенту путевки на санаторно-курортное лечение принимают во внимание наличие у него льгот; учитывают, помимо паспорта, индивидуальный план реабилитации и соответствующие справки. Санаторно-курортная путёвка заверяется печатью исполнительного органа Фонда социального страхования и отмечается соответствующей записью. Учётные формы 072/у-04 и санаторно-курортные карты 076/у-04) утверждены Приказом. После окончания санаторно-курортного лечения пациент возвращает талон в поликлинику, а ответственное лицо из санатория – в Фонд социального страхования Российской Федерации. Таким образом, огромное количество медицинской документации доставляет пациенту сложности в ходе организации ему медицинской помощи, что значительно сказывается на состоянии его психического здоровья, способствует потере времени и пролонгирует сроки оказания медицинской помощи. Во избежание снижения качества оказания

медицинской помощи пациенту, является актуальным вопрос автоматизации процесса получения им всех необходимых документов с использованием налаженного механизма электронного документооборота, что повышает эффективность взаимодействия поставщика и потребителя медицинских услуг с чёткой регламентацией схемы маршрутизации и алгоритмов ведения пациентов с различными нозологиями, которые должны быть отражены в соответствующих нормативно-правовых актах; кроме того, должна быть прописана ответственность сторон, участвующих в данной деятельности.

Взаимодействие между врачами и другими участниками лечебно-диагностического процесса при оказании медицинской помощи в местах оздоровительного отдыха крайне важно с позиций соблюдения принципов преемственности, доступности и качества. Необходима связь между подразделениями, чётко регламентируемая и регулируемая, поскольку принцип пациентоориентированности должен соблюдаться не только внутри медицинской организации, но и при взаимодействии медицинских организаций друг с другом. Определение вида оказываемой медицинской помощи, её стоимости, алгоритма её оказания, схемы маршрутизации при поступлении в соответствующие места организованного отдыха крайне важно. С позиций сегментации рынка медицинских услуг интересным представляется вопрос взаимодействия с различными типами потребителей в системе здравоохранения. К каждому пациенту необходимо применять индивидуальный подход, так как имеется свой характерологический портрет потребителя медицинских услуг, а поставщик, в свою очередь, может предоставить именно тот комплекс составляющих медицинской помощи, который нужен в данный конкретный промежуток времени. Так, важно иметь представление об имеющихся заболеваниях у туриста, с тем чтобы наиболее рационально оказывать медицинскую помощь, однако не следует забывать и об этических нормах, чтобы не было ущемления прав категории пациентов с определённым диагнозом. Интересно рассмотреть взаимодействие участников лечебно-диагностического процесса с позиций оказания медицинской помощи пациентам с различными категориями диагнозов: необходим чётко отлаженный алгоритм и схема маршрутизации таких пациентов. Ресурсное обеспечение также должно коррелировать с типом потребителя медицинских услуг, с которым предусмотрено взаимодействие. Информация о желаниях и предпочтениях пациента должна учитываться, поскольку от этого зависит подход, который будет применяться в данном случае. Крайне важным является выявление способов воздействия на персонал в местах оздоровительного отдыха, в частности, путём мотивирования сотрудников



[10], что, безусловно, положительным образом влияет на качество оказания медицинской помощи.

Выводы. Таким образом, согласно приведённым выше данным, следует отметить, что при взаимодействии участников лечебно-диагностического процесса в ходе осуществления медицинской деятельности в местах оздоровительного отдыха крайне важно повышение его эффективности на всех уровнях, поскольку от этого зависит в большой степени качество оказания медицинской помощи. В частности, особое внимание следует уделить совершенствованию нормативно-правовой базы, информационному обеспечению, анализу сегментированного рынка поставщиков и потребителей соответствующих услуг, мониторингу удовлетворенности оказываемой медицинской помощи.

Список литературы

1. Аксенова Е.И. Рекреационный потенциал медицинского туризма России // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2020. – № S2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekreatsionnyy-potentsial-meditsinskogo-turizma-rossii> (дата обращения 22.07.2022).
2. Грин С.И. Экспорт медицинских услуг как драйвер формирования национальной системы управления качеством и безопасностью медицинской деятельности // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2020. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eksport-meditsinskih-uslug-kak-drayver-formirovaniya-natsionalnoy-sistemy-upravleniya-kachestvom-i-bezopasnostyu-meditsinskoy> (дата обращения 22.07.2022).
3. Тимурзиева А.Б. О факторах, влияющих на взаимодействие участников лечебно-диагностического процесса и эффективность в системе здравоохранения (обзор литературы) // Здравоохранение Российской Федерации. – 2022. – URL: <https://doi.org/10.47470/0044-197X-2022-66-4-336-341> (дата обращения 22.07.2022).
4. Swenson ER, Bastian ND, Nembhard HB. Healthcare market segmentation and data mining: A systematic review. *Health Mark Q.* – 2018. – № 35(3). – С. 186-208. DOI: 10.1080/07359683.2018.1514734.
5. Daykhes AN, Jakovljevic M, Reshetnikov VA, Kozlov VV. Promises and Hurdles of Medical Tourism Development in the Russian Federation. *Front Psychol.* 2020. – № 23. – С. 11-23. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.01380. PMID: 32655455; PMCID: PMC7324547.
6. Gheorghe CM, Purcărea VL, Gheorghe IR. Medical tourism in ophthalmology – review. *Rom J. Ophthalmol.* – 2022. – № 6(2). – С. 108-111. DOI: 10.22336/rjo.2022.22. PMID: 35935084; PMCID: PMC9289771.
7. Klímová B., Kuča K. Medical tourism: its research and implications for public health. *Cent Eur J Public Health.* – 2022. – № 28(3). – С. 226-229. DOI: 10.21101/cejph. a5744. PMID: 32997479.
8. Šendelj R. Information Technology and Information Management in Healthcare. *Stud Health Technol Inform.* – 2020. – № 274. – С. 139-158. DOI: 10.3233/SHTI200674.
9. Чуваткин П.П. Исследование влияния различных факторов на мотивацию персонала предприятий гостеприимства // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 46 (5). – С. 348-355.

© Линденбатен А.Л., Тимурзиева А.Б., 2022

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Лисова Е.В.

*кандидат социологических наук,
доцент кафедры «Государственного и
муниципального управления
и конституционного права»,
Институт деловой карьеры*

Статья посвящена текущей роли туристической отрасли в региональной экономике. Автор отмечает влияние пандемии коронавируса COVID-19 на мировую экономику и индустрию туризма. Выделяются основные изменения, произошедшие за счет такого влияния. Анализируются регионы Центрального федерального округа на предмет туристических туров внутри Российской Федерации и за её пределами. Определены регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры. Проведён региональный анализ соотношения туристов внутри России и за её пределами. Выявлены основные тенденции в туристической отрасли.

Ключевые слова: туристическая отрасль, региональная экономика, пандемия коронавируса COVID-19, внутренний туризм, внешний туризм, Центральный федеральный округ.

Затронувшая всю планету пандемия коронавируса COVID-19, проявляющая неопределенный срок воздействия, а также заключающаяся в принципиальной невозможности описать все грядущие от неё последствия, на сегодня является максимально значимым негативным фактором мирового масштаба [1].

На сегодня Всемирная организация здравоохранения определяет COVID-19 как заболевание, вызываемое специфическим вирусом (SARS-CoV-2) [2]. В средствах массовой информации наиболее популярными являются термины «коронавирус» или «новый коронавирус».

Эксперты выделяют три основных способа воздействия COVID-19 на мировую экономику [3].

1. Прямое воздействие на производство;
2. Обрыв цепочки поставок;
3. Финансовое воздействие на компании и финансовые рынки.



Поскольку указанная пандемия знакома человечеству уже более двух лет, практически все государства определили пакет антикризисных мер, способствующих смягчению или устранению последствий, вызванных данным явлением. Не углубляясь подробно в анализ действий, предпринятых той или иной страной, отметим, что туристическая отрасль потерпела немалые убытки в первую очередь от ограничений как в пересечении межгосударственных границ, так и от локализации перемещений внутри различных государств [4].

Не вызывает сомнения тот факт, что экономика регионов Российской Федерации в таких условиях оказалась в неблагоприятной ситуации и местные власти, имеющие отношение к туристической отрасли, пытались разработать мероприятия по выходу из кризиса.

Самым очевидным и наиболее глобальным направлением в этой области явилась попытка смещения вектора туристических услуг от внешнего туризма к туризму внутреннему. Исследованию данного процесса было посвящено наше исследование. Оно проводилось на примере регионов Центрального федерального округа (ЦФО) по результатам 2020 г. Данный федеральный округ содержит восемнадцать регионов [5]: Белгородская обл., Брянская обл., Владимирская обл., Воронежская обл., г. Москва, Ивановская обл., Калужская обл., Костромская обл., Курская обл., Липецкая обл., Московская обл., Орловская обл., Рязанская обл., Смоленская обл., Тамбовская обл., Тверская обл., Тульская обл., Ярославская обл.

Статистическим источником информации являлся сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели» [6]. Была поставлена задача составления рейтинга регионов ЦФО по количеству его жителей (в расчёте на 1 000 человек), посетивших отечественные и зарубежные туристические направления.

В таблице 1 представлена количественная информация по регионам ЦФО относительно внутреннего туризма (количество жителей, совершивших покупку туристических туров внутри территории РФ из расчёта на 1 000 человек населения региона).

Данные таблицы, как и ожидалось, фиксируют лидерство столицы РФ с большим отрывом. Вполне очевидно, что уровень доходов данного региона значительно опережает все остальные области, что и является определяющим фактором.

Неплохие показатели относительно других регионов демонстрируют Калужская, Ярославская и Тверская области. Наихудшие показатели присущи Липецкой и Тамбовской областям.

Таблица 1

Количество жителей регионов, совершивших покупку туристических туров внутри территории РФ из расчёта на 1 000 человек населения региона

Регион	Количество жителей на 1 000 чел.	Регион	Количество жителей на 1 000 чел.
г. Москва	17,6673	Московская область	0,7590
Калужская область	3,8462	Орловская область	0,6897
Ярославская область	2,5383	Смоленская область	0,6623
Тверская область	1,5409	Воронежская область	0,6418
Ивановская область	1,1348	Белгородская область	0,6230
Тульская область	0,9662	Курская область	0,4831
Владимирская обл.	0,9165	Брянская область	0,4734
Костромская область	0,8917	Липецкая область	0,3014
Рязанская область	0,8015	Тамбовская область	0,2010

Примечание: * (регионы ЦФО, данные за 2020 г.)

В таблице 2 представлена количественная информация по регионам ЦФО относительно внешнего туризма (количество жителей, совершивших покупку туристических туров за пределами территории РФ из расчёта на 1 000 человек населения региона).

Таблица 2

Количество жителей регионов, совершивших покупку туристических туров за пределами территории РФ из расчёта на 1 000 человек населения региона

Регион	Количество жителей на 1 000 чел.	Регион	Количество жителей на 1 000 чел.
г. Москва	11,3149	Владимирская обл.	0,5440
Рязанская область	0,9107	Костромская обл.	0,5096
Ярославская область	0,9025	Орловская область	0,4414
Московская область	0,7745	Смоленская область	0,3800
Тверская область	0,6260	Курская область	0,3282
Белгородская область	0,6230	Воронежская область	0,3122
Тульская область	0,5866	Липецкая область	0,2305
Калужская область	0,5495	Брянская область	0,2113
Ивановская область	0,5471	Тамбовская область	0,2111

Примечание: * (регионы ЦФО, данные за 2020 г.)



Как видно из данных таблицы, лидерство опять принадлежит Москве, причём вновь со значительным отрывом. Рязанская и Ярославская области вошли в тройку лучших по исследуемому показателю, замыкают рейтинг Липецкая, Брянская и Тамбовская области.

Достаточно интересным для исследования также оказался вопрос соотношения в регионах внутренних туров к турам внешним, вопрос предпочтения населения субъектов ЦФО к виду своего отдыха.

В таблице 3 представлено количественное соотношение туристов, выбравших варианты отдыха внутри России к туристам, выбравшим отдых за рубежом РФ.

Таблица 3

Соотношение туристов, выбравших варианты отдыха внутри России к туристам, выбравшим отдых за рубежом РФ

Регион	Кол-во туристов в РФ/Кол-во туристов за пределами РФ	Регион	Кол-во туристов в РФ/Кол-во туристов за пределами РФ
Калужская область	7,0000	Тульская область	1,6471
Ярославская область	2,8125	Орловская область	1,5625
Тверская область	2,4615	г. Москва	1,5614
Брянская область	2,2400	Курская область	1,4722
Ивановская область	2,0741	Липецкая область	1,3077
Воронежская обл.	2,0556	Белгородская обл.	1,0000
Костромская область	1,7500	Московская обл.	0,9799
Смоленская область	1,7429	Тамбовская обл.	0,9524
Владимирская обл.	1,6849	Рязанская область	0,8800

Данные таблицы свидетельствуют о безоговорочном лидерстве Калужской области, Ярославская и Тверская области оказались в тройке лидеров. К числу аутсайдеров можно отнести Московскую, Тамбовскую и Рязанскую области.

Необходимо отметить, что в четырнадцати регионах из восемнадцати зафиксировано превышение количества внутренних туристических туров над числом туров внешних.

Таким образом, проведённые исследования позволяют выявить следующие тенденции в туристической отрасли:

1. пандемия коронавируса COVID-19 внесла значительные изменения на рынке туристических услуг;
2. отечественный рынок туристической индустрии взял курс на смещение в область внутреннего туризма;

3. региональным субъектам РФ необходимо разрабатывать и внедрять мероприятия по привлечению туристов на собственные территории, поскольку туристическая отрасль является неотъемлемой частью региональной экономики;
4. описанные тенденции, по всей видимости, будут со временем становиться более устойчивыми вследствие введения санкций и последующего ужесточения санкционного режима со стороны западных государств.

Список литературы

1. Лисова Е.В. Воздействие COVID-19 на социально-экономическую деятельность регионов // Путеводитель предпринимателя. – 2020. – Т. 13. – № 2. – С. 119-125.
2. Кузнецов Д.А. Всемирная организация здравоохранения в условиях пандемии COVID-19: оценка эффективности глобального управления // Право и управление. XXI век. – 2020. – Т. 16. – № 3(56). – С. 3-16.
3. Макаров М.Ю. Пандемия коронавируса COVID-19, кризисные факторы и их влияние на финансовые рынки // Экономика и управление. – 2021. – Т. 27. – № 1(183). – С. 46-51.
4. Ергунова О.Т. Внутренний туризм и пандемия коронавируса COVID-19: инструменты развития // Финансовая экономика. – 2021. – № 11. – С. 38-40.
5. Центральный федеральный округ (ЦФО). Энциклопедический / Совет Федерации федерального собрания Российской Федерации. – URL: <http://council.gov.ru/services/reference/10488/> (дата обращения 12.08.2022).

© Лисова Е.В.

УДК 338.48

О РЕАЛИЗАЦИИ ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЁЖИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА С КАЗАЧЬИМ КОМПОНЕНТОМ

Лиценберг И.И.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры философии, экономики и права,
Красноярский государственный
педагогический университет им. В.П. Астафьева

Липич О.А.

кандидат юридических наук,
доцент, заведующий кафедрой права,
Забайкальский институт предпринимательства
– филиал АНОО ВО Центросоюза РФ,
Сибирский университет
потребительской кооперации

Барнашов С.А.

заместитель атамана по вопросам образования и культуры,
Забайкальское войсковое казачье общество

В статье рассмотрены коррелирующие тезисы ряда нормативно-правовых, стратегических и программных документов, содержащих положения по развитию туризма в Российской Федерации. Особое внимание авторами уделено анализу возможностей развития туризма с казачьим компонентом, указаны его перспективные виды в региональном аспекте. Обозначена роль молодёжи в этом процессе. Сформулированы основные направления реализации потенциала молодёжи для развития туризма с казачьим компонентом. Описаны примеры разработанных и действующих туристических маршрутов, связанных с историей Забайкальского казачества.

Ключевые слова: туризм, туристический маршрут, развитие регионов, казачество, забайкальское казачество, казачий компонент, молодёжь, патриотическое воспитание.

Для социально-экономического развития регионов существенная роль и значительный потенциал роста принадлежит туристической отрасли, что отмечено в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [8]. Актуализация и рост популярности внутреннего туризма вызван, как ограничениями возможностей выездного туризма в связи с введением санкционных мер в отношении Российской Федерации рядом зарубежных государств, так и увеличением предложения на рынке отечественных турпродуктов, развитием инфраструктуры и уровня сервиса в регионах. Национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства» предусмотрено увеличение количества путешествий по России до 140 млн в год к 2030 г. [10], что, согласно прогнозам, повлечёт положительную динамику показателей, отражающих состояние экономики. Федеральным агентством по туризму (Ростуризм) разработан и реализуется ряд мер по поддержке туризма [12].

Для развития внутреннего и выездного туризма создано АО «Корпорация Туризм.РФ», миссией которого является раскрытие туристического и экономического потенциала природного, культурного и исторического достояния России. На запуск новых туристических проектов и создание обеспечивающей инфраструктуры запланировано направить из федерального бюджета 24,2 млрд руб. на период до 2024 г., кроме того, привлекаются частные инвестиции в рамках проектов государственно-частного партнёрства [15].

«Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» относит туристическую отрасль к одной из ключевых отраслей Сибирского и Дальневосточного федеральных округов [4]. Наличие уникального набора рекреационных ресурсов, привлекательных с точки зрения развития туризма отмечено в Национальной программе социально-экономического развития Дальнего востока на период до 2024 г. [1]. Ещё одним фактором, обуславливающим потенциал и приоритетные направления развития

туризма в регионах Российской Федерации, являются развитые историко-культурные традиции. Данный факт отмечен в государственной программе РФ «Развитие туризма», утверждённой Постановлением Правительства РФ от 24.12.2021 г. № 2439 [5].

Создание экономической активности казачьих обществ и разработка туристических маршрутов по историческим местам, связанным с подвигами казаков являются важными и взаимосвязанными направлениями реализации задач, определённых в Стратегии государственной политики Российской Федерации в отношении Российского казачества на 2021–2030 гг. (утв. Указом Президента РФ от 09 августа 2020 г. № 505) [7].

На территории Сибири и Забайкалья находится немало мест, связанных с историей казачества. Разработка туристических маршрутов, объектов и туристических продуктов с казачьим компонентом будет способствовать не только развитию экономики субъектов Российской Федерации, но и углублению знаний истории у населения, вносить вклад в патриотическое воспитание детей и молодёжи. Например, в Республике Бурятия историческим местом службы и проживания забайкальских казаков является Селенгинский район, территориально расположенный на границе с Монголией. С 2015 г. организуется туристский сплав по р. Селенга, реконструирующий один из маршрутов казаков, пройденный при освоении этой территории [11]. Интерес представляет опыт Всесоюзного туристского похода молодёжи по местам боевой славы (осуществлялся в течение 22 лет, с 1965 г.), объединившего 10 млн участников, которыми были собраны материалы и экспонаты для нескольких десятков тысяч музеев и музейных комнат. И именно представители казачества (Всеволожского войска Донского) в 2012 г. начали возрождать такой формат, организовав поход, посвященный подвигу героев Отечественной войны 1812 г. [9].

В Забайкальском крае казачьим обществом «Акшинская станица» в 2016 г. выигран грант по проекту «Военная игра-реконструкция «Казачьи зарницы»». Суть данного проекта заключается в изучении на практике жизни и быта казаков, проживавших на территории района в XVIII в. В рамках данного проекта в с. Ново-Казачинск была построена деревянная казачья крепость (по образцу Акшинской крепости XVIII в.), на территории которой воссозданы хозяйственные, бытовые и военные объекты того времени. Построена часовня. В 2020 г. установлена звонница. Для юных казачат пошита казачья форма по образцу обмундирования той исторической эпохи и изготовлены образцы вооружения забайкальских казаков XVIII в. (шашки, пики и др.). В летний период времени был проведён фестиваль казачьей культуры «Встречи через века» и военная игра-реконструкция.



В настоящее время на территории крепости постоянно проводятся различные мероприятия районного и межрайонного уровней, посвященные развитию казачьей культуры. Под руководством наставников участниками детского объединения «Школа казачат «Будущие атаманы»» разработаны несколько туристических маршрутов, среди которых конный маршрут «По следам казачьих отрядов XVIII в.», пеший маршрут «По следам казаков. Тракт XVIII в. «Акша – Нерчинск».

Обучающимися Забайкальского института предпринимательства СибУПК под руководством заведующего кафедрой права в рамках реализации проекта «Служивое сословие» (реализуемого в сотрудничестве с Забайкальским войсковым казачьим обществом и при содействии Общественного совета при Забайкальском линейном управлении МВД России на транспорте) разработан проект «Исторический экспресс – увлекательное путешествие в историю: туристский маршрут «Казачья слобода»». **Основными задачами проекта являются:**

1. Проведение в период каникул для школьников и обучающихся СПО и ВО экскурсий по маршрутам с целью углубления знаний истории Забайкальского края и казачества. Школьники смогут воочию посмотреть, где происходили конкретные исторические события, ознакомиться с культурой, традициями, бытом забайкальских казаков;

2. Воспитание обучающихся в духе патриотизма, гражданской ответственности и готовности к служению Отечеству (включая малую родину) с опорой на духовно-нравственные основы и ценности российского казачества;

3. Содействие популяризации культуры и традиций забайкальских казаков среди подростков и молодёжи.

Другим актуальным направлением развития туризма с казачьим компонентом является агротуризм. Сельское хозяйство является одним из традиционных видов хозяйственной деятельности казачества. Наиболее развито в настоящее время в Краснодарском крае, что обусловлено и природно-климатическими особенностями, и экономической активностью Кубанского казачества. Значительную часть вузов, вошедших в Ассоциацию образовательных организаций высшего образования, реализующих «казачий компонент», составляют аграрные университеты. Важнейшей задачей ассоциации является подготовка кадрового резерва для объединений казаков. Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 318-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и статью 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства»» закрепил понятие «сельский туризм» и предоставил право использовать земли сельскохозяйственного назначения для туристических целей [2]. Министерство сельского хозяйства РФ предоставляет грант «Агротуризм». По оценкам экспертов эти меры увеличат доходы сельского хозяйства до 200 млрд руб. в год [6].

Кроме того, в ряде субъектов РФ действуют региональные программы по поддержке сельского туризма [12].

Важное значение среди положений Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. имеет поддержка мероприятий по популяризации культуры туризма среди молодёжи, развитие системы обучения организаторов молодёжного туризма, обучения навыкам работы по развитию туризма и проведению туристских мероприятий [8].

По официальным данным Всероссийского казачьего общества «Союз казачьей молодёжи России» по состоянию на май 2022 г. насчитывал 163 618 человек [14].

Количество вузов – участников Ассоциации образовательных организаций высшего образования, реализующих «казачий компонент», на данный период времени составляет 18, и ещё пять проводят подготовку для процедуры вступления. Кроме того, в РФ ведётся работа по выстраиванию непрерывной системы казачьего образования, включая организации СПО. Опыт реализации программ дополнительного образования казачьей направленности есть, например, у ГАПОУ КК «Ленинградский социально-педагогический колледж», Забайкальского института предпринимательства.

К договорам о сотрудничестве между образовательными организациями и казачьими обществами в качестве обязательного приложения разрабатываются «дорожные карты» по образовательному, воспитательному и научно-исследовательскому направлениям.

Ресурс молодёжи целесообразно задействовать для развития хозяйственно-экономической деятельности казачества, в том числе туризма с казачьим компонентом (рекреационного, познавательного, аграрного и др.).

В аспекте настоящего исследования, положения указанных выше стратегий, проектов и программ коррелируют между собой и с положениями национальных проектов:

- «Наука и университеты» (возможно вовлечение молодёжи в научно-исследовательскую и проектную деятельность в сфере туризма);
- «Образование» (актуальны волонтерская деятельность по организации туризма; патриотическое воспитание, основанное на историко-культурном наследии российского казачества; социальные лифты – выпускники вузов Ассоциации в перспективе станут атаманами казачьих обществ).

Обозначим основные направления реализации потенциала учащейся и казачьей молодёжи для развития регионального туризма с казачьим компонентом:

- исследовательская деятельность по изучению историко-культурного наследия казачества и оценке туристического потенциала объектов;
- деятельность по разработке туров, туристических маршрутов, экскурсий, этнодеревень, музейных комнат, посвящённых истории, культуре, традициям казачества и т. д.;



- разработка бизнес-планов для казачьих обществ;
- волонтерская деятельность (в качестве гидов, экскурсоводов и др.);
- информационно-разъяснительная деятельность и маркетинговые коммуникации, медиаволонтерство.

Что касается последнего направления, мониторинг информационных ресурсов сети Интернет, проведённый авторами в сентябре 2022 г., выявил высокий потенциал роста туризма с казачьим компонентом (в регионах созданы Центры казачьей культуры, проводятся фестивали, спортивные соревнования, разработаны экскурсии, туристические маршруты и пр.), но коммуникационная составляющая, прежде всего степень обновления, актуализации контента, поддержание информационного наполнения официальных сайтов и других ресурсов, не отвечают задачам развития туризма. При этом государственной программой «Развитие туризма» предусмотрено внедрение цифровых решений, обеспечивающих населению доступ к информации о возможностях внутреннего туризма и к соответствующим цифровым сервисам. Президентской платформой «Россия – страна возможностей» реализуется проект ТопБЛОГ, предоставляющий участникам (прежде всего НКО, к которым ГК РФ относит и казачьи общества) возможность получить знания и навыки по популяризации и продвижению в сфере туризма посредством социальных медиа [13]. По мнению авторов статьи, именно представители молодёжи, владеющие современными информационно-коммуникационными и цифровыми технологиями способны оперативно решить обозначенную проблему. При этом эффективно, доступно и интересно донести информацию до представителей своего поколения, что будет способствовать не только популяризации внутреннего туризма, конкретных маршрутов и объектов, но и идей и духовных ценностей российского казачества.

Важнейшими элементами и направлениями государственной молодёжной политики являются гражданско-патриотическое воспитание, расширение возможностей для эффективной самореализации молодёжи и поддержка инициатив молодёжи. В «Основах государственной молодёжной политики РФ на период до 2025 г.» указано: «Важно выработать в молодёжной сфере приоритет национально-государственной идентичности, а также воспитать чувство гордости за Отечество» [3]. Именно туризм с казачьим компонентом предоставляет возможности разностороннего развития детей и молодёжи, сочетая элементы физического, культурного и духовного развития, патриотического воспитания.

Таким образом, актуальными и взаимосвязанными направлениями реализации потенциала молодёжи являются развитие регионального туризма и возрождение российского казачества. В связи с экономическими,

социальными, культурными и идеологическими потребностями, в восстановлении и развитии туробъектов, связанных с историей казачества, заинтересованы государство, казачество, образовательные организации, представители сферы туризма и общество, включая молодёжь.

Список литературы

1. Национальная программа социально-экономического развития Дальнего востока на период до 2024 г. [Электронный ресурс]: Утв. Распоряжением Правительства РФ от 24 сент. 2020 г. № 2464-р (в действующей редакции). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/565853199>. (дата обращения: 12.09.2022).
2. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и статью 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства» [Электронный ресурс]: федер. закон от 02 июля 2021 г. № 318-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 24 июля 2019 г. : одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 26 июля 2019 г. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330675/ (дата обращения: 18.09.2022).
3. Основы государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 г. [Электронный ресурс]: утв. Распоряжением Правительства Рос. Федерации 29 ноября 2009 г. № 2403-р. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/420237592> (дата обращения: 27.01.2022).
4. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г. [Электронный ресурс]: Письмо Минэкономразвития РФ от 21 мая 2012 г. № 9833-АК/Д-03и. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/499034125> (дата обращения: 08.09.2022).
5. Развитие туризма: Государственная программа РФ [Электронный ресурс]: Утв. Постановлением Правительства РФ от 24 дек. 2021 г. № 2439 (в действующей редакции). – URL: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения 13.09.2022).
6. Сельский туризм может приносить фермерам по 200 млрд рублей ежегодно с 2030 г. [Электронный ресурс] – URL: <https://rshbl.ru/news/selskiy-turizm-mozhet-prinosit-fermeram-po-200-mlrd-rublej-ezhegodno-s-2030-goda/> (дата обращения 04.02.2022).
7. Стратегия государственной политики Российской Федерации в отношении Российского казачества на 2021–2030 годы [Электронный ресурс]: Утв. Указом Президента РФ от 09 авг. 2020 г. № 505 (в действующей редакции). – URL: <http://kremlin.ru/acts/news/63878>.
8. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [Электронный ресурс]: Утв. Распоряжением Правительства РФ от 20 сент. 2019 г. № 2129-р (с изм. от 07 фев. 2022 г.). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561260503> (дата обращения: 01.09.2022).
9. Терновая Л.О. Геополитический смысл походов казаков по местам боевой славы // Геополитика и патриотическое воспитание. – 2015. – № 10. – С. 2-11.
10. Туризм и индустрия гостеприимства: Национальный проект [Электронный ресурс]: Утв. Федеральным агентством по туризму. – URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 10.09.2022).
11. Фалилеева О.Ю. Этнографические парки, деревни и усадьбы как стратегический ресурс развития регионального туризма // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2017. – Вып. 4. – С. 95-101.

© Лиценберг И.И., Литич О.А., Барнашов С.А.



УДК 911.3:338.48(571.6)

ТРАНСГРАНИЧНЫЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕГИОНЫ ТИХООКЕАНСКОЙ РОССИИ

Лозовская С.А.

кандидат биологических наук,
заведующий лабораторией социальной
медицинской географии, ведущий научный сотрудник,
ТИГ ДВО РАН

Процессы продвижения России на Дальний Восток способствовали формированию трансграничных туристско-рекреационных регионов (ТТРП). Особенностью развития Тихоокеанского ТТРП макроуровня вдоль Тихоокеанского побережья России является то, что расположенные здесь пограничные регионы (Приморский, Хабаровский, Камчатский края, Чукотский АО, Сахалинская области) и контактные страны (Китай, Корея, Япония, США (Аляска) относятся к приграничным территориям с разной степенью развития туризма, что определило формирование здесь разноуровневых ТТРП. Наиболее сформировавшимся является Приморский мезорегион на юге Тихоокеанского макрорегиона. Уровень и темпы развития туризма в других мезорегионах – значительно ниже.

Ключевые слова: трансграничные туристско-рекреационные регионы (ТТРП), Тихоокеанская Россия.

Геополитическая обстановка вносит серьёзные коррективы в систему межгосударственных экономических, культурных и иных связей, нередко нарушая их целесообразность и взаимовыгодные основы. Но сфера геополитики динамична и, нередко, подвержена радикальным изменениям. Определённые проекты и планы межгосударственных взаимодействий могут быть временно приостановлены, а затем вновь получить возможности для возобновления и дальнейшей реализации. В связи с этим и последними событиями на Украине, в настоящее время наблюдается переориентация геополитического вектора на восток не только в сферах экономики, торговли, но и в сфере туризма.

Процессы исторического продвижения России на Дальний Восток, миграций и взаимодействий с восточными соседями привели к формированию трансграничных зон и коридоров на китайском, корейском, американском (Аляска) и японском направлениях российской дальневосточной границы. Определённое сближение России с народами, проживающими на территории соседних стран, было обусловлено не

только географическими и культурно-цивилизационными характеристиками, но и международно-политическими факторами, действовавшими в отдельных случаях как триггеры сближения, а в других – как препятствия для интеграции [1]. Санкционная война, развернутая Западом (под руководством Америки) против России, усиливает процесс российского поворота на Китай как основного партнёра на Дальнем Востоке. Одновременно происходит свертывание российско-японского, российско-южнокорейского, российско-американского политико-дипломатического взаимодействия, влияющего на сокращение торгово-экономических и дружеских отношений между Россией и этими странами, на интенсивность туристических контактов между ними [2].

Внутренняя политика России направлена на импортозамещение, т. е. речь идёт о создании новых предприятий и освоении новых территорий. В этой связи особое значение приобретает политико-географическое положение стран и их регионов, особенно расположенных на периферии, на приграничных территориях, где в последние годы активно идёт процесс трансграничного регионообразования [3]. Трансграничная территория – это комплексная географическая структура, включающая в себя природные ресурсы, объекты инфраструктуры, население, а также его хозяйственную деятельность в границах крупной геосистемы. Устойчивое природопользование на трансграничных территориях, образуемых тесными взаимосвязями двух и более приграничных территорий соседних стран и регионов, включает изучение природных геосистем, их природно-ресурсного потенциала, хозяйственной деятельности и экологических последствий антропогенного воздействия на их ландшафты. Российские учёные определяют трансграничное сотрудничество как одну из форм межстранового взаимодействия в различных областях, приводящего к образованию трансграничных районов, которые включают территории соседних государств и функционируют по согласованным планам с учётом интересов каждой из сторон [4].

В России процесс трансграничного регионообразования в туризме и рекреации связан с началом активного развития международного туризма, когда усилилась контактная функция Государственной границы и стали формироваться трансграничные туристско-рекреационные регионы (ТТРР). Образование комплексных трансграничных регионов в России исследуется с середины 1990-ых г. Трансграничные территориальные комплексы сферы туризма и рекреации (системы, территории, кластеры, регионы) изучались рядом российских и иностранных учёных [3, 5, 6].

Основным фактором развития трансграничного туризма является общность сопредельных территорий: наличие общей границы, социо-



культурные связи между населением, природная общность, наличие хозяйственно-экономических связей и торговых интересов. Организация ТТРР значительно повышает уровень конкурентоспособности сферы туризма и рекреации приграничных регионов каждой из стран, как на международном, так и на национальном уровнях. Приграничным регионам, часто являющимся депрессивными в силу их периферийного положения, участие в ТТРР помогает преодолеть недостатки периферийности и способствует более быстрому социально-экономическому росту благодаря ускоренному развитию туризма и рекреации. Успешное развитие трансграничного туризма определяется взаимной заинтересованностью соседствующих стран в развитии межгосударственных и межрегиональных связей, которые способствуют скоординированной совместной деятельности по реализации туристических проектов, международных маршрутов, оптимизации системы пограничного контроля, обеспечению безопасности туристов [7].

В приграничных регионах соседних стран при усилении контактных функций границы в туризме и рекреации развивается процесс регионообразования и формирования ТТРР макро-, мезо и микроуровней. В России выделено несколько крупных ТТРР. Например – Байкальский макрорегион, расположенный в точке восточного стыка трёхгранья «Россия-Китай-Монголия» Трансграничные туристские взаимодействия формируются здесь с участием приграничных районов Республики Бурятия и Забайкальского края, а также Иркутской области. В Балтийском регионе выделен и описан ряд ТТРР различных иерархических уровней с оценкой, достигнутой ими стадии и возможных направлений развития.

Это – Балтийский макрорегион [8]. Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР), неотъемлемой частью которого является Дальний Восток, представляет для России сферу жизненно важных интересов, занимая всё более важное место в иерархии внешнеполитических приоритетов в силу исторического опыта, традиций, экономических и культурных связей, а также в связи с последними политическими событиями в мире. В настоящее время АТР превращается в мощный центр мирового экономического и культурного развития. Здесь сосредоточены крупные финансовые ресурсы, что открывает возможность их использования для ускорения экономического и социального развития российского Дальнего Востока, взаимовыгодного его трансграничного развития с соседними странами, в основном, Восточной Азии (В АТР в последние годы активно формируется Тихоокеанский макрорегион ТТРР, где чётко прослеживаются многие закономерности трансграничного регионообразования в туризме и рекреации).

Определить наличие или отсутствие образования ТТРР на территории можно на основе ряда признаков, среди которых выделяются наиболее существенные регионообразующие и дополнительные [8]. Особенностью

развития трансграничной кооперации и формирования ТТРП вдоль Тихоокеанского побережья России является то, что расположенные здесь пограничные регионы России (Приморский, Хабаровский, Камчатский края, Чукотский АО, Амурская, Сахалинская области) и контактные страны (Китай, Корея, Япония) относятся к приграничным территориям с разным уровнем развития туризма и рекреации (табл. 1).

Формирование макрорегиона «Тихоокеанский» в регионе «Тихоокеанская Россия» (по Кропинова Е.Г., 2017).

Регионообразующие признаки	Тихоокеанский регион				
Существенные:	Приморский край	Хабаровский край	Камчатский край	Сахалинская область	Чукотский АО
Непрерывность территории, возможность прямого транспортного сообщения, без пересечения границ региона.	+++	+++	+	++	++
Взаимодополнение компонентов природного, культурно-исторического потенциала развития туризма, стимулирующее туристические потоки.	+++	+++	++	++	++
Наличие общей или скоординированной транспортной инфраструктуры.	+++	+++	+	+	+
Тесные связи между входящими в регион субъектами туризма (вплоть до наличия предприятий с совместным капиталом, например, гостиниц, ресторанов и др.).	+++	++	–	–	+
Наличие трансграничных туристических маршрутов.	+++	+++	+	+	++
Наличие государственных и/или общественных институтов (подразделения областных и муниципальных органов власти, туристические ассоциации, агентства и др.), организующих и координирующих трансграничные туристские потоки.	+++	+++	++	+	++



Дополнительные:					
Общий уровень социально-экономического развития (более высокий по отношению к другим регионам и сопоставимый в соседних регионах граничащих стран, формирующих ТТРП, способствует активным связям в сфере туризма).	++	++	+	+	+
Этническое сходство населения (в случае этнического или этнографического, историко-культурного туризма).	–	–	+	++	+++
Наличие общего исторического прошлого (потенциал для историко-культурного туризма).	+	+	++	+++	+++
Развитые связи в социальной сфере (культура, спорт, образование, наука как основа межкультурной коммуникации).	+++	+++	+	++	+++

Китай, Корея, Япония имеют хорошо развитые рекреационно-туристские системы по сравнению с регионами Российского Дальнего Востока (РДВ).

Совместное действие экономических факторов контактирующих стран обуславливает формирование трансграничных туристско-рекреационных мезо-регионов, которые, в зависимости от активности сотрудничающих стран, находятся на разных стадиях развития и имеют несколько ассиметричное строение. Наиболее сформировавшимся является Приморский мезо-регион на юге Тихоокеанского макрорегиона (рис. 1).

В нём хорошо представлен не только внутренний, но и въездной (иностранный) туризм. Уровень и темпы развития туризма и рекреации в других регионах Тихоокеанского макрорегиона (Магаданская область, Чукотский АО) – значительно ниже. В связи с этим происходит неравномерное формирование Тихоокеанского ТТРП и его внутренняя дифференциация; становление трансграничных туристско-рекреационных мезо- и микро-регионов. Объектами туризма можно считать и три Тихоокеанских моря – Берингово, Охотское и Японское, так как здесь развиваются морские круизы и регулярное паромное сообщение между отдельными странами и регионами. Формированию ТТРП способствует развитие транспортной инфраструктуры в различных регионах: наличие разветвлённых сетей

железных и автомобильных дорог, портов и паромного сообщения, аэропортов и авиалиний между различными частями макрорегиона (особенно в Приморском мезорегионе). Крайне важна для процесса ТТРП разработка совместных маршрутов, включающих территории двух или нескольких стран. Ядрами наиболее сформировавшихся ТТРП являются туристско-рекреационные кластеры. Практическая польза, которую хозяйствующие субъекты получают от участия в международной кооперации производства туристических услуг, лежит в основе формирования всех ТТРП. Совместное действие экономических факторов различных стран обуславливает разные стадии формирования трансграничных туристско-рекреационных мезорегионов на Дальнем Востоке.



Рисунок 1 – ТТРП – макрорегион «Тихоокеанский»: мезорегионы:
1 – «Приморский» (китайско-российский),
2 – «Курильско-Сахалинский» (японско-российский),
3 – «Туманган» (корейско-китайско-российский),
4 – «Берингия» (американско-российский)



Интенсивность туристского развития региона во многом зависит от признания мировым сообществом ценности культурного и природного потенциала страны, её наследия, её привлекательности с позиций социальных отношений, туризма, бизнеса. Наиболее сформировавшимся является мезорегион «Приморский» (китайско-корейско-российский) на основе Приморского и Хабаровского краев. В нём трансграничными территориями являются бассейны рек Уссури, Раздольная, Амур и озеро Ханка, граничащие с КНР. Основными видами туризма здесь являются: пляжный на морском побережье, санаторно-курортный, экологический, спортивный, деловой.

На стадии развития находятся «Курильско-Сахалинский», «Берингийский» и «Туманган» – мезорегионы, которые формируются намного медленнее, и более связаны с политической ситуацией в Тихоокеанском регионе. Камчатско-Курильский (российско-японский) микрорегион только начал формироваться и возможно, соединится с Сахалинским мезорегионом. Главным направлением мезорегиона «Берингийский» является арктический туризм, включающий экстремальный, экзотический, круизный, экологический, охотничий, рыболовный, этнографический, археологический туризм. «Курильско-Сахалинский» и «Камчатский» регионы привлекают дикой ненарушенной природой, страной вулканов, долиной гейзеров, суровыми необитаемыми островами. «Туманган» предлагает экзотический и этнографический туризм – симбиоз эстетического удовольствия и острых ощущений от знакомства сразу с тремя соседними культурами – корейской, китайской, российской.

Ядрами туристических кластеров являются крупные города, исторические центры, районы летнего отдыха на морском побережье и островах в южных частях макрорегиона, лесные и озерные массивы в удалении от побережья, этнические северные территории Арктики. Среди городов, относящихся к Тихоокеанскому макрорегиону, традиционно важное туристическое значение, в особенности для международного туризма, имеют города Владивосток и Хабаровск, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск, Анадырь. Города являются крупными центрами историко-культурных достопримечательностей регионов и местами проведения международных встреч, конференций, конгрессов.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта РФФИ № 20-55-18010 Болга.

Список литературы

1. Лузянин С.Г. Дальневосточное измерение российского поворота на Восток. Закроет ли Китай санкционные «бреши» России? // Азия и Африка сегодня. – 2022. – № 6. – С. 5-14.

2. Лузянин С.Г. Стратегии восстановления туристической отрасли стран АСЕАН в условиях пандемии и фактор Китая // Азия и Африка сегодня. – 2022. – № 6. – С. 30-37.
3. Бакланов П.Я. Основные факторы и направления развития туризма в Дальневосточном регионе России // Вестник национальной академии туризма. – 2013. – № 1(25). – С. 37-43.
4. Бакланов П.Я. Структурные особенности и потенциал развития приграничных и трансграничных районов: теоретические аспекты. Политическая география: Современная российская школа: хрестоматия. – М.: Аспект Пресс, 2022. – С. 364-373.
5. Александрова А.Ю. Изменение туристского геопространства в эпоху всеобщей мобильности // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2020. – № 2. – С. 3-12.
6. Ульянченко Л.А. Региональные туристские комплексы и кластеры: монография. – М.: РУСАЙНС, 2018. – 152 с.
7. Евстропьева О.В. Особенности развития туризма в степях Байкало-Монгольской Азии. Степи Северной Евразии: материалы IX международного симпозиума. – Оренбург: ОГУ, 2021. – С. 287-293.
8. Kropinova E.G. The role of tourism in cross-border region formation in the Baltic Region // Baltic Region – The Region of Cooperation «Springer Proceedings in Earth and Environmental Sciences». Springer Nature Switzerland AG. – 2020. – С. 83-97.

© С.А. Лозовская

УДК 44.14

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКИХ ЛЕСОВ

Майорова Е.И.

*доктор юридических наук,
профессор кафедры частного права
Государственного университета управления*

Майоров Г.А.

*кандидат экономических наук,
советник Председателя Совета Директоров
Фонда поддержки образования и науки (Алфёровский фонд)*

Рассматривается экологический туризм как направление импортозамещения и перспективный путь увеличения доли несырьевого экспорта страны. Особыми экономическими зонами туристско-рекреационного типа становятся особо охраняемые природные территории (ООПТ). Их использование для экологического туризма затруднено неразвитостью инфраструктуры. Однако инфраструктурное обустройство дестинаций усиливает антропогенную нагрузку на нетронутую природу и грозит необратимыми экосистемными изменениями, особенно для лесов ООПТ и объектов Юнеско. Принятие законов, ослабляющих режим охраны лесных насаждений на землях различных категорий, чревато уничтожением естественных лесов на европейской территории страны.

Ключевые слова: экологический туризм, импортозамещение, рекреация, ООПТ, дестинация, инфраструктура, лес, антропогенная нагрузка, объекты Юнеско, режим охраны.

Жизнь в новых реалиях требует новых подходов к сложившимся обычностям, в том числе и в области туризма. Пандемия, а затем санкционный режим не благоприятствовали развитию туристической отрасли в целом. Существенно усилилась тенденция переориентации туристического спроса почти исключительно на внутренний рынок. Внутренний туризм сейчас принято рассматривать как одну из задач импортозамещения, а развитие туризма является одним из перспективных путей решения задачи увеличения доли несырьевого экспорта в общем объеме экспорта страны.

Помимо южных направлений и морского отдыха продолжается активное включение в туристические маршруты российских регионов с уникальной природой. Согласно известному утверждению: «Россия – лесная держава» одним из основных богатств страны являются леса. Известный объект Юнеско, самые большие нетронутые леса в Европе, так и называется: «Девственные леса Коми».

Как и любая другая, проблема интенсификации внутреннего туризма имеет две стороны. Первая – возможность задействовать богатый природный потенциал России, которым ранее несколько пренебрегали в пользу выездного туризма; открытие новой реальности для развития туристических услуг.

С другой стороны, усилится антропогенная нагрузка, техническое и технологическое воздействие на ранее нетронутую природу, что, соответственно, не может не привести к экосистемным изменениям.

При общепризнанном возрастании нагрузки на окружающую среду ответственные потребители выражают тревогу по поводу состояния природного наследия, устойчивого развития, окружающей среды. По данным социологических опросов, проведенных авторами в высших и средних образовательных учреждениях Москвы и С.-Петербурга, около 15 % учащихся и ППС выбирает более экологичный способ путешествия из равнозначных альтернатив – т. е. устойчивый туризм. Выбор требует особенно взвешенного подхода, поскольку данный вид туризма представляет собой явление сложное и неоднородное, не имеющее четкого определения. Большинство специалистов рассматривают его как способ управления туристическими проектами, при котором все природные блага при неистощительном использовании в настоящем остаются следующим поколениям. Этот вид туризма включает такие разновидности, как агротуризм, сельский, природный, зелёный, мягкий природо-познавательный туризм и пр. При этом выбор пользователей происходит с ориентацией, в основном, на звучание определения, а понимание сущности перечисленных видов туризма – лишь приблизительное.

Отличие экологического туризма от устойчивого заключается в том, что, согласно разъяснению Всемирной туристской организации (ЮНВТО), устойчивый туризм наряду с природными включает в орбиту своего действия культурные и иные объекты.

Общим во всех перечисленных видов туризма является направленность на установление баланса между экологическими, экономическими и социально-культурными аспектами развития туристической деятельности. Особую важность приобретает достижение минимализации воздействия посещений организованных групп и отдельных туристов на природное окружение, местные экосистемы и самобытную культуру с целью их сохранения, и доступности для будущих поколений. Не менее значимой целью выступает получению доходов и увеличение занятости местного населения.

Таким образом, экологический туризм (ЭТ) рассматривается как воздействие, которое не приводит к изменению или ухудшению окружающей среды и биологической составляющей зон туристских территорий (дестинаций), а наоборот, создает условия для поддержания и сохранения всех видов природных сообществ и объектов. Главными дестинациями ЭТ назначены как лесные участки, не имеющие особого охранного статуса, так и (главным образом) региональные и федеральные ООПТ.

В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 гг.)» понятие ЭТ определено как «путешествие с целью наблюдения и приобщения к природе, основными принципами которого являются рациональное использование природных ресурсов и охрана окружающей среды» [2]. Несмотря на упорно выдвигаемое требование создания и оборудования экологических троп, маршрутов, туристских кластеров в заповедниках и национальных парках таким способом, чтобы присутствие туристов минимально отражалось на природной среде, нигде не указываются пути достижения этого оптимума.

Легитимная дефиниция ЭТ в профильном Федеральном законе № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» отсутствует. В работах М.И. Васильевой [6], более поздних статьях Е.С. Цепиловой и Н.Д. Родионовой [11] и ряде работ других авторов приведён исчерпывающий обзор в той или иной степени удачных определений ЭТ. Однако при их анализе видно, что законодатель указал лишь цель действия, но не способ её достижения. Это тем более огорчительно, что декларируемое во всех экологических дефинициях «рациональное использование природных ресурсов и охрана окружающей среды» давно стало общим местом, повторяется как мантра, но никак не конкретизируется.



Участники международной конференции «Экологический туризм: глобальный вызов и открытие России» (Сочи, 2018 г.) установили причины слабого развития внутреннего туризма в России: недостаточная транспортная доступность, не вполне эффективное нормативно-правовое регулирование и слабо развитая инфраструктура. Действительно, во время пандемии резко сказалась нехватка объектов инфраструктуры для размещения всех желающих, из-за чего рынок основных популярных направлений был перегрет.

Недостаточное развитие инфраструктуры (читай – инженерных коммуникаций, гостиниц, визит-центров, кемпингов, гостевых домиков, парковок, лыжных трасс, объектов общепита и пр.) объясняется установлением особого режима земель ООПТ и лесного фонда, характеризующегося полным или частичным исключением из хозяйственного использования, запретом возведения объектов капитального строительства и инфраструктуры. Необходимо подчеркнуть, что большинство ООПТ включают лесные насаждения различного возраста и состава, представляющих значительную природоохранную ценность.

Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. [1] предусматривается «комплексное развитие и благоустройство туристских территорий, включая развитие туристской, коммунальной и транспортной инфраструктуры, строительство и реконструкция объектов магистральной инфраструктуры (аэропортов и транспортных хабов, федеральных автомобильных дорог, мостовых переходов, обходов крупных городов, железных дорог и участков водных путей».

Совершенно очевидно, что подобное масштабное строительство в основном пройдет по землям лесного фонда.

Как известно, в РФ частная собственность на леса отсутствует. По поводу лесов государство вступает с гражданами и юридическими лицами в арендные отношения. Первоначально «Концепция развития российского законодательства...» устанавливала передачу лесов в аренду только в тех многолесных районах, где отсутствует конкуренция на лесные ресурсы, и доминируют леса эксплуатационного назначения. Но режим особой охраны земель лесного фонда с каждым годом смягчается. Все учёные, работающие в области лесного хозяйства, убеждены, что попытки искусственной коммерциализации аренды рекреационных и туристических услуг мотивированы скрытым желанием тихой приватизации лесов и перевода их под другие категории землепользования, особенно под строительство.

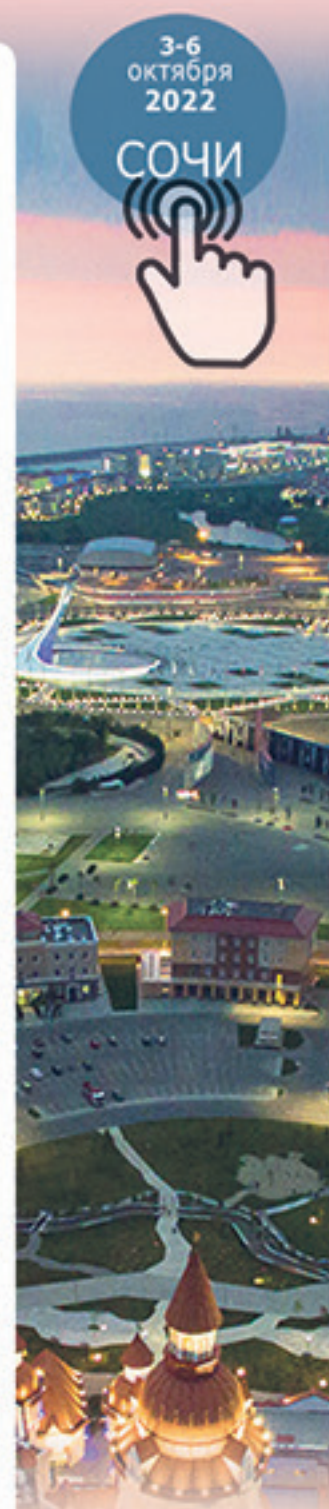
В Лесном кодексе РФ появился новый термин «освоение» территорий, что вызвало негодование лесоводов, поскольку до принятия ЛК РФ 2006 г. применялось более уважительное и отвечающее целям

лесного хозяйства выражение «лесопользование». Ч. 3 ст. 41 ЛК РФ допускает на освоенных территориях в некоторых случаях «строительство, реконструкцию и эксплуатацию объектов капитального строительства для оказания услуг в сфере туризма, развития физической культуры и спорта, организации отдыха и укрепления здоровья граждан, а также возведение для указанных целей некапитальных строений, сооружений, предусмотренных перечнем объектов капитального строительства, не связанных с созданием лесной инфраструктуры...» (применяется к лесным участкам, предоставленным в аренду или постоянное (бессрочное) пользование после 01.01.2022 (ФЗ от 04.12.2006 N 201-ФЗ). ФЗ № 254 от 31.07.2020 [4] отменил запрет на строительство спортивных объектов в рекреационных зонах ООПТ и фактически разрешил возводить любые сооружения на ООПТ регионального уровня. Чтобы переводу земель ООПТ в земли других категорий и последующей застройке ничто не препятствовало, на этих участках отменена государственная экологическая экспертиза. Более того, до конца 2024 г. экспертиза отменяется и на федеральных заповедных территориях.

Это позволяет субъектам, ведущим предпринимательскую деятельность, формально правомерно осваивать ООПТ (не говоря уже о менее защищённых участках лесного фонда) в своих экономических интересах, используя все возможности извлечения прибыли и не заботясь об интересах природы [7].

Любое строительство на лесопокрытых площадях в обязательном порядке предусматривает вырубку лесных насаждений, разрушение почвенного покрова и другие нарушения экосистемных связей. При этом возведение строительных объектов в определённой степени легитимно, поскольку предусматривается лесным планом. Однако и лесной план не всегда позволяет избежать необратимых потерь.

ООПТ стали особыми экономическими зонами туристско-рекреационного типа. Объём финансирования достигает миллиардов рублей в год. Благодаря этому заповедникам удаётся привлечь больше посетителей. С 2017 г. был запущен государственный проект «Дикая природа России: сохранить и увидеть». Цель проекта определялась как развитие экологического туризма, сохранение и восстановление популяции редких животных на 22 особо охраняемых природных территориях. Но заявленная цель слабо сочетается с распространённым пониманием туристской дестинации как центра (территории) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения различных нужд туристов. Природоохранные (экологические) цели трудно совместить и с понятием туристского продукта как совокупности вещественных (предметы потребления), невещественных (услуги) потребительских стоимостей,



необходимых для полного удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время их путешествия. Не вполне ясно, каким образом данная деятельность, а также групповые посещения ООПТ способны помочь сохранению биоразнообразия, восстановлению популяций редких животных и птиц; по-видимому, средства, полученные с посетителей, теоретически должны пойти на какие-то природоохранные и природовосстановительные цели, которые пока не конкретизированы.

В начале августа 2022 г. Премьер-министр поручил нормативно ввести понятие «туристической тропы». К сожалению, по смыслу поручения понятно, что будут сняты ограничения, препятствующие созданию туристических троп на ООПТ, землях лесного фонда и землях сельскохозяйственного назначения, т. е. экологические требования будут приниматься во внимание в ещё меньшей степени.

Отдельного рассмотрения требует вопрос воспроизводства вырубленных лесных насаждений, что представляет собой важнейший институт лесного хозяйства и лесного права. Арендаторы, осуществляющие рекреационную деятельность, освобождены от обязанности закладывать лесные культуры на месте уничтоженных лесов. Однако важность лесовосстановления была подчеркнута в 2017 г. («Году экологии»), когда площадь лесовосстановления по стране впервые превысила площадь вырубки и удалось реализовать концепцию «гектар за гектар», закрепленную в декабре 2016 г. в ЛК РФ. Доля участия лесохозяйственных предприятий в воспроизведении лесов, еще в 2008 г. составлявшая не более 45 %, в предверье Года экологии повысилась до 80 %. Сейчас темпы лесовосстановления снова существенно снизились.

Довольно часто при обсуждении вопросов внутреннего туризма в качестве туристических объектов рассматриваются объекты всемирного наследия Юнеско. В немалой степени большинство подобных объектов связано с российскими лесами (Озеро Байкал, Девственные леса Коми, Центральный Сихотэ-Алинь, Западный Кавказ, Ландшафты Даурии, в определённой степени Бассейн Убсунура, Куршская коса). Согласно п. 3 ст. 2 Положения «О памятниках природы федерального значения в Российской Федерации» основной целью объявления природных объектов и комплексов памятниками природы называется сохранение их в естественном состоянии. Тем не менее, большинство объектов Юнеско, расположенных на территории РФ, несмотря на декларирование усиления природоохранной политики, ценности природы, ее роли в деле установления устойчивого развития, призывов хранить ее и всемерно защищать, а также на высокий охранный статус, подвергаются различным опасностям, поскольку политика государства больше направлена на использование природных ресурсов, а не на сохранение заповедных территорий.

Для лесных территорий объектов Юнеско характерны такие риски, как: разработка месторождений полезных ископаемых в границах объекта, лесные пожары, незаконные рубки, проекты поисково-разведочных работ вблизи границ объекта, планы изменения границ, планируемое строительство трубопроводов и транспортной инфраструктуры, браконьерская охота, избыточное посещение [9]. Очевидно, что устройство туристических кластеров может рассматриваться как ещё один вид риска. Из биосферных заповедников планируется создать «туристический продукт», невзирая на то, что часть этого «продукта» входит в состав Всемирного природного наследия Юнеско. По мнению Т.В. Злотниковой постоянно вносимые в действующее природоохранное законодательство изменения, смягчающие правовой режим охраны, облегчают рискованное проникновение в заповедную природу, нанося ей существенный урон [8]. Усиление антропогенного воздействия чревато в первую очередь потерей наиболее чувствительных видов или целых природных комплексов.

Леса ООПТ достаточно уязвимы. В настоящее время в условиях непрерывного горения уменьшается не только их природный и природоохранный потенциал, но и туристическая привлекательность районов, приближенных к территориям лесных пожаров.

С тенденцией уменьшения количества природных лесов приобретает особую актуальность призыв знаменитого русского лесовода Г.Ф. Морозова, обращённый к студенчеству ещё в конце прошлого века в лекции «О лесоводственных устоях»: «Перед нами стоит задача выработка таких принципов вмешательства человека в лес, которые увеличивая производительность природного леса, вместе с тем возможно в меньшей степени ослабляли бы биологическую устойчивость его» [10]

Сейчас даже самым ревностным лесоводам приходится с горечью признать неизбежность в недалёком будущем исчезновения естественных лесов (как лесного фонда, так и ООПТ) на европейской части РФ. Можно согласиться с утверждением, что экотуризм способен стать отраслью, представляющей конкурентоспособную альтернативу хозяйственной деятельности, разрушающей природу. Но очень важно применительно к развитию ЭТ сохранить необходимый баланс между стремлением создать и реализовать привлекательный туристский продукт и сбалансированными целями рекреационного характера, что не шло бы вразрез с охраной природы вообще и с природоохранными задачами ООПТ в частности.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р. – URL: <http://government.ru/docs/37906/> (дата обращения: 29 августа 2022).
2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 гг.)». Утверждена Распоряжением Правитель-



- ства РФ от 5 мая 2018 г. № 872-р. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56662025/> (дата обращения: 3 сентября 2022).
3. Федеральный закон от 14.03.1995г. № 33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях (ред. от 11.06.2021). – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/7646> // (дата обращения: 3 сентября 2022).
 4. Федеральный закон № 254 от 31.07.2020 «Об особенностях регулирования отдельных отношений в целях модернизации и расширения магистральной инфраструктуры и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2020.
 5. Мишустин поручил закрепить понятие туристических троп в законодательстве РФ. – URL: https://aif.ru/travel/mishustin_poruchil_zakreplit_ponyatie_turisticheskikh_trop_v_zakonodatelstve_ (дата обращения 3 сентября 2022).
 6. Васильева М.И. К юридическому определению понятия экологического туризма // Lex russica (Русский закон). – 2020. – Т. 73. – № 4(161). – С. 34-52.
 7. Игнатъева И.А. Туризм и ООПТ в России: неразрывная связь или непримиримое противоречие // Степной бюллетень. – 2019. – № 53. – С. 8-9.
 8. Злотникова Т.В. Современные тенденции правового регулирования охраны и использования особо охраняемых природных территорий // Экологическое право. – 2019. – № 2. – С. 18.
 9. Майорова Е.И., Зубач А.В., Томилина Е.Е. Современное состояние правового режима объектов Всемирного природного наследия ЮНЕСКО в Российской Федерации // Вестник экономической безопасности. – 2021. – № 5. – С. 152-157.
 10. Морозов Г.Ф. О лесоводственных устоях // Избр. труды. – Т. 1. – С. 389.
 11. Цепилова Е.С., Родионова Н.Д. Развитие экологического туризма в России: концептуальные характеристики и потенциал развития // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2022. – № 2. – С. 110-128.

© Майорова Е.И., Майоров Г.А., 2022

УДК 338.48

ПОСТРОЕНИЕ РЕЙТИНГА РАЗВИТОСТИ ТУРИЗМА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Малкина М.Ю.

доктор экономических наук, профессор,
заведующая Центром макро- и микроэкономики
Национального исследовательского Нижегородского
государственного университета им. Н.И. Лобачевского

Овчаров А.О.

доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник
Центра макро- и микроэкономики
Национального исследовательского Нижегородского
государственного университета им. Н.И. Лобачевского

В статье представлен рейтинг российских регионов, основанный на ранжировании авторского индекса развития туристской индустрии. Переменными в данном индексе выступили статистические показатели, объединённые в 3 группы (показатели туристской инфраструктуры, показатели туристской и рекреационной

активности, экономические показатели туризма). При разработке индекса все региональные индикаторы рассчитывались на душу населения и приводились к единой шкале измерения с использованием метода z-счета. Лидерами полученного рейтинга оказались Крым, Краснодарский край и Москва, аутсайдерами – Чеченская Республика, Республика Дагестан и Ингушетия. Осуществлено сравнение авторского рейтинга с Национальным туристическим рейтингом. Существенные различия в позициях некоторых регионов в этих двух рейтингах объяснены различиями в выборе исходных данных.

Ключевые слова: развитие туризма, рейтинг, индекс, статистический показатель, регионы.

Постановка проблемы. Сравнение стран или регионов осуществляется по различным социально-экономическим показателям, таким как уровень и динамика ВВП, качество жизни, безопасность и многим другим. Возможно также сравнение по сконструированным композитным индикаторам, в частности, индексам. Итогом любого сравнения может стать построение рейтинга, характеризующего распределение стран или регионов по выбранному критерию или их совокупности. Положение в рейтинге следует рассматривать как результат, достигнутый на данный момент времени, а изменение этого положения свидетельствует либо о позитивных, либо негативных процессах, происходящих на данной территории.

Можно привести многочисленные примеры использования рейтингов. Так, на уровне стран очень популярным является рейтинг, построенный по ранжированию Индекса глобальной конкурентоспособности. Этот индекс разработан специалистами Всемирного экономического форума. Последняя на данный момент версия данного рейтинга датируется 2020 г. [1]. Схожий рейтинг предложен швейцарским Международным институтом управленческого развития (Institute for Management Development) – им ежегодно публикуется рейтинг стран мира по уровню глобальной конкурентоспособности (IMD World Competitiveness Ranking). Страны оцениваются по более чем 300 критериям, включенным в 4 группы индикаторов (состояние экономики, деловой среды и инфраструктуры, а также эффективность правительства). В 2022 г. первые три строчки этого рейтинга заняли, соответственно, Дания, Швейцария и Сингапур [2].

Сектор туризма также активно используется в рейтинговых странственных оценках. Так, на основе индекса туристской конкурентоспособности (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI), разработанного Всемирным экономическим форумом в 2007 г., ежегодно ранжируются более 100 стран, обеспечивающих 98 % мирового

туристского ВВП. Методология расчёта TTCI заключается в том, что конкурентоспособность страны оценивается по семибалльной шкале по 90 индивидуальным показателям. Показатели агрегируются в 14 групп, каждая из которых имеет разный вес. Затем определяются 4 субиндекса, усреднение которых на основе метода простой арифметической средней позволяет определить сводный индекс TTCI. Отметим, что в 2021 г. взамен TTCI был предложен TTDI (Travel & Tourism Development Index). Однако принципиально схема расчёта не изменилась – увеличилось лишь число компонентов (теперь используются 112 индивидуальных показателей, 17 групп и 5 субиндексов) [3]. В обновлённом рейтинге первые три строки заняли Япония, США и Испания.

Представляют интерес не только страновые, но и региональные рейтинги. В отношении России следует отметить рейтинг российских регионов по туристской привлекательности. Он построен на основе индекса, учитывающего как объективные индикаторы развития туризма (в частности, объёмы туристского потока в регионах), так и субъективные оценки [4]. Такие оценки получаются на основе анализа текстов российских туристов, рассказывающих о своих поездках по стране в различных социальных сетях, блогах, форумах и т. п. (используются данные с более 700 площадок разного уровня активности).

Другой пример – это специальный проект «Национальный туристический рейтинг», реализующийся Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» [5]. Применяется балльная методика, основанная на оценках туристской привлекательности и туристского потенциала российских регионов по ряду критериев. Эти критерии учитывают набор традиционных экономико-статистических показателей (например, доходы коллективных средств размещения, число ночёвок, объём платных услуг населению и т. д.), а также специфические параметры, такие как количество запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе или количество публикаций и сообщений в СМИ с упоминанием региона. По каждому из критериев формируется набор переменных и проводится ранжирование регионов (за первое место даётся 8,5 баллов, а за каждое последующее снимается 0,5 балла). Сведение результатов по всем критериям позволяет сформировать итоговый рейтинг, выделить его лидеров и аутсайдеров. В последнем таком рейтинге (Национальный туристический рейтинг – 2021 г.) в тройке лидеров оказались Краснодарский край, Московская область и Москва, в тройке аутсайдеров – Еврейская автономная область, Ненецкий и Чукотский автономные округа.



В данной работе мы предлагаем свой вариант регионального туристского рейтинга. Для этого была сформирована выборка статистических показателей в разрезе всех субъектов РФ, сконструирован и рассчитан по каждому субъекту собственный индекс развитости туризма. Ранжирование регионов по убыванию данного индекса позволило построить наш авторский рейтинг и сопоставить его с национальным рейтингом.

Данные и методология. Для построения нашего рейтинга использовались исключительно данные Росстата, опубликованные в открытых источниках (основной источник – это витрина статистических данных <https://showdata.gks.ru/finder>). В этом заключается отличие нашего подхода от других подходов, в которых помимо публичной отчётности используются специальные обследования (в частности, экспертные опросы, обработка поисковых запросов и т. п.). Ввиду неполноты статистической информации за период 2020–2022 гг. данные рассматривались в региональном разрезе (по каждому из 87 субъектов РФ) за 2019 г. В выборку попали следующие показатели (всего 21 индикатор), которые мы с определенной долей условности разделили на 3 группы:

Инфраструктурные показатели: число коллективных средств размещения (КСР); площадь номерного фонда КСР; число мест в КСР; число санаторно-курортных организаций; число турфирм; количество объектов общественного питания (рестораны, кафе, бары); количество мест в объектах общественного питания (ресторанах, кафе, барах); плотность автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием.

Показатели туристской и рекреационной активности: численность размещённых лиц в КСР; число ночёвок в КСР; число турпакетов, реализованных населению; число принятых иностранных туристов; численность зрителей театров; число посещений музеев; численность отдохнувших детей за лето.

Экономические показатели туризма: затраты КСР, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг, товаров); доходы КСР, связанные с производством и реализацией продукции (работ, услуг, товаров); средства, поступившие от реализации туристского продукта (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей); стоимость турпакетов, реализованных населению; объём платных услуг населению: услуги специализированных коллективных средств размещения; объём платных услуг населению: услуги туристических агентств, туроператоров и прочие услуги по бронированию и сопутствующие им услуги.

Для исключения эффекта масштаба все региональные показатели рассчитывались на душу населения. Для устранения влияния на результат разного разброса показателей было осуществлено приведение их к единой шкале измерения с использованием метода z-счёта:



$$X_{\text{норм}} = \frac{X - X_{\text{ср}}}{\sigma},$$

где $X_{\text{норм}}$ – нормированное значение переменной;
 $X, X_{\text{ср}}$ – её среднее значение;
 σ – её стандартное отклонение.

Суммирование нормированных показателей по каждому субъекту позволило получить значение индекса развитости туристской индустрии данного региона. Максимальное значение индекса свидетельствует о благоприятной ситуации в туристском секторе региона, минимальное – о существующих проблемах, о недостаточной туристской активности.

Результаты. В таблице 1 представлен наш рейтинг российских регионов, построенный по убыванию рассчитанного по описанной выше методологии индекса развитости туризма, с указанием позиции каждого региона в проекте «Национальный туристический рейтинг». Мы показали для этого проекта результаты по двум годам с той целью, чтобы, во-первых, обеспечить сравнимость результатов с нашим рейтингом, и во-вторых, чтобы продемонстрировать динамику позиций в рейтинге.

Таблица 1

Позиции российских регионов
в авторском рейтинге развитости туризма
и Национальном туристическом рейтинге

Регион	Автор- ский рейтинг 2019	Националь- ный рейтинг		Регион	Автор- ский рейтинг 2019	Националь- ный рейтинг	
		2019	2021			2019	2021
Республика Крым	1	5	4	Удмуртская Республика	45	52	40
Краснодарский край	2	4	1	Самарская область	46	20	10
Город Москва	3	1	3	Тульская область	47	24	26
Город Санкт-Петербург	4	2	5	Республика Башкортостан	48	9	12
Республика Алтай	5	40	64	Чувашская Республика	49	51	48
Город Севастополь	6	49	56	Красноярский край	50	41	36
Приморский край	7	7	6	Кировская область	51	53	51

ТУРИЗМ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Республика Карелия	8	29	28	Республика Хакасия	52	65	66
Камчатский край	9	60	69	Ивановская область	53	61	50
Ставропольский край	10	12	11	Республика Марий Эл	54	64	65
Тюменская область (кроме Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономного округа)	11	19	17	Рязанская область	55	44	43
Амурская область	12	59	58	Ханты-Мансийский автономный округ	56	56	44
Калининградская область	13	22	19	Республика Саха (Якутия)	57	62	63
Сахалинская область	14	23	20	Республика Тыва	58	82	81
Магаданская область	15	79	80	Кабардино-Балкарская Республика	59	67	54
Чукотский автономный округ	16	83	85	Томская область	60	69	68
Ярославская область	17	25	22	Курганская область	61	66	75
Татарстан	18	8	8	Адыгея	62	75	71
Пермский край	19	21	21	Белгородская область	63	33	33
Свердловская область	20	10	16	Омская область	64	30	32
Калужская область	21	32	39	Ненецкий автономный округ	65	85	84
Новгородская область	22	43	52	Липецкая область	66	31	34
Архангельская область (кроме Ненецкого автономного округа)	23	54	47	Ульяновская область	67	36	41
Нижегородская область	24	11	9	Забайкальский край	68	72	73
Тверская область	25	18	24	Пензенская область	69	57	53



Материалы международной научно-практической конференции

Архангельская область	26	-	-	Оренбургская область	70	35	38
Республика Бурятия	27	39	49	Республика Северная Осетия	71	76	74
Мурманская область	28	48	45	Орловская область	72	73	70
Московская область	29	3	2	Волгоградская область	73	27	30
Вологодская область	30	37	31	Ямало-Ненецкий автономный округ	74	77	77
Ленинградская область	31	17	23	Республика Калмыкия	75	80	79
Алтайский край	32	6	7	Тамбовская область	76	74	76
Иркутская область	33	13	15	Ростовская область	77	15	18
Хабаровский край	34	46	42	Брянская область	78	55	55
Псковская область	35	38	46	Курская область	79	50	61
Тюменская область	36	-	-	Республика Мордовия	80	70	72
Астраханская область	37	45	37	Смоленская область	81	63	62
Костромская область	38	58	60	Кемеровская область	82	42	35
Новосибирская область	39	16	13	Саратовская область	83	34	25
Владимирская область	40	26	27	Воронежская область	84	28	29
Карачаево-Черкесская Республика	41	78	78	Чеченская Республика	85	71	59
Еврейская автономная область	42	84	83	Республика Дагестан	86	47	57
Челябинская область	43	14	14	Республика Ингушетия	87	81	82
Республика Коми	44	68	67				

Из таблицы видно, что тройка лидеров включает Краснодарский край, Крым и Москву, что в целом согласуется с другими рейтингами. При этом следует отметить, что по отдельным регионам позиции в нашем рейтинге сильно отличаются от позиций в Национальном рейтинге.

Особенно это заметно по Севастополю, Камчатскому краю, Ростовской области и другим регионам. Мы это объясняем особенностями нашей выборки – наши показатели характеризуют преимущественно сложившуюся инфраструктуру и экономическое состояние регионального туризма и слабо учитывают туристский интерес, который можно зафиксировать лишь путём специальных обследований. Вместе с тем, полезно иметь региональные сопоставления исключительно по объективным статистическим показателям, по которым мы и построили наш рейтинг.

Список литературы

1. The Global Competitiveness Report Special Edition 2020: How Countries are Performing on the Road to Recovery. World Economic Forum. – 2020. – 95 p.
2. IMD World Competitiveness Booklet 2022. Switzerland, International Institute for Management Development, – 2022. – 125 p.
3. Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. World Economic Forum. – 2022. – 91 p.
4. Как рассчитан индекс [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism-index.strelka-kb.com/howcalculated> (дата обращения: 09.09.2022).
5. Национальный туристический рейтинг [Электронный ресурс]. – URL: <https://russia-rating.ru/info/20156.html> (дата обращения: 09.09.2022).

© М.Ю. Малкина, А.О. Овчаров

УДК 338.48-6:502/504

УСТОЙЧИВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПРОИЗВОДСТВО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В РОССИЙСКИХ ДОКУМЕНТАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

*Мишулина С.И.,
кандидат экономических наук,
ведущий научный сотрудник,
ИПРР ФИЦ СНЦ РАН*

Накопленный отечественный и международный опыт разработки и реализации национальных и региональных стратегий устойчивого развития туризма указывает на необходимость согласованной системной экологической трансформации не только существующих моделей производства туристского продукта, но и моделей туристского поведения, интеграции целей и задач экологизации производства и потребления в политику в области туризма, т. е. активного взаимодействия производителей и потребителей туристского продукта в целях обеспечения устойчивого развития туристского сектора национальной экономики, регионов туристской специализации, туристских дестинаций, отдельных туристских кластеров и комплексов. Реализация этой задачи предполагает её включение в качестве целевой в документы стратегического планирования различных уровней. В статье анализируются существующие подходы к решению этой задачи и степень её отражения в российских документах стратегического планирования.

Ключевые слова: туризм; стратегическое планирование; устойчивое развитие; устойчивое потребление туристского продукта; устойчивое производство туристского продукта.

Межнациональный характер требующихся изменений традиционной, демонстрирующей социально-экологическую и экономическую неустойчивость, экономической системы, обусловил формирование наднациональной системы целей, корректируемой международным сообществом в соответствии с изменяющимися условиями жизнедеятельности и приоритетами развития человечества. В настоящее время это – цели устойчивого развития ООН на период 2016–2030 гг. (ЦУР ООН). Глобальной эколого-экономической миссией принятых ООН программ и планов действий, направленных на достижение ЦУР, является переход к модели «зелёного» роста и циклической экономике. На региональном уровне она трансформируется в задачу экологизации отраслей специализации региона, широкого вовлечения субъектов экономики в процессы инновационной «зелёной» модернизации производства и потребления.

В международных, национальных и региональных стратегиях и планах экологической трансформации экономики традиционно основное внимание уделяется механизмам и инструментам, направленным на снижение негативного воздействия производственной деятельности отраслей и предприятий на окружающую природную среду и обусловленных этим воздействием отрицательных социально-экономических эффектов. При этом регулирующее воздействие касается главным образом деятельности экологически грязных и потенциально опасных для окружающей среды производств, оказывающих значительное негативное воздействие на окружающую среду. В России в соответствии с п. 3 ФЗ «ОБ охране окружающей среды» определён перечень таких производств, суммарный вклад которых в сбросы и выбросы загрязняющих веществ составляет не менее 60 %. В перечень вошли производства, осуществляющие деятельность по добыче и обогащению железных руд, добыче нефти и природного газа, производству нефтепродуктов, переработке природного газа, производства электрической и тепловой энергии через сжигание топлива, размещение отходов производства и потребления.

Между тем, совершенно очевидно, что не существует абсолютно экологически чистых или безопасных производств. Любой вид деятельности, предполагающий использование природных ресурсов, включая ассимиляционный потенциал экосистем, оказывает негативное воздействие на окружающую природную среду (ОПС). Вопрос состоит только в степени допустимости этого воздействия. При этом экологически безопасный (с учётом ограниченности современного знания об устойчивости

экосистем к антропогенному воздействию и долговременных последствиях принимаемых сегодня решений) уровень воздействия отдельных видов деятельности и производств (например, туризма), превращается в недопустимый, если рассматривать воздействие на протяжении всего жизненного цикла продукта, глобальный характер развития данного вида деятельности и учитывать суммарный кумулятивный эффект воздействия всей совокупности условно безопасных видов деятельности.

Другой важный аспект проблемы обеспечения экологически безопасного развития, которому в настоящее время уделяется все больше внимания как в теории, так и в практической деятельности – степень экологичности поведения потребителя конечной продукции этих отраслей и производств, как в процессе выбора и осуществления рыночных транзакций, так и в процессе конечного потребления. По некоторым расчетам 70 % выбросов, загрязняющих ОПС веществ, зависят от того, какие товары выбирают потребители и как они их используют и утилизируют [3]. Все более очевидным становится тот факт, что традиционные модели потребления не отвечают принципам устойчивости и требуют экологической трансформации как в целях сокращения экологического следа потребления, так и в целях стимулирования соответствующих изменений в производственных моделях бизнеса. Более того, успешность или неуспешность стратегий устойчивого развития, возможность их практической реализации и эффективность определяются степенью участия потребителя, как в их разработке, так и реализации.

Глобальная задача перехода к устойчивому производству и потреблению (УПиП) сформулирована в ЦУР 12 ООН. Переход к рациональным моделям производства и потребления предусматривает реализацию системы подцелей, включающих как формирование институциональных условий перехода к УПиП (разработка национальных планов действий, развитие института публичной отчетности, систем сертификации, институтов информационного обеспечения и образования населения в области устойчивого развития и климатических изменений), так и системы индикаторов УПиП (абсолютные и относительные показатели материального следа, внутреннего материального потребления, количества пищевых потерь по всей цепочке производства и потребления, опасных и рециклированных отходов, устойчивых закупок и др.). Экологическая трансформация моделей производства и потребления предполагает системную интеграцию подцелей ЦУР 12 в эти модели.

Базовый доклад об интеграции моделей устойчивого потребления и производства в политику в области туризма (2019 г.), подготовленный Всемирной туристской организацией (UNWTO) совместно с Программой



ООН по окружающей среде (UNEP) и отражающий ход реализации Десятилетней рамочной программы в области УПиП (10YFP, подпрограмма «Устойчивый туризм»), определяет УПиП как потребление услуг и связанных с ними продуктов, которые отвечают удовлетворению основных потребностей и повышению качества жизни при одновременном сведении к минимуму использования природных ресурсов и токсичных материалов, а также выбросов загрязняющих веществ в течение жизненного цикла услуги или продукта, чтобы не ставить под угрозу возможность удовлетворения потребностей будущих поколений [4, р. 71].

УПиП представляет собой системный подход к устранению зависимости экономического роста от увеличения объемов используемых ресурсов при одновременном росте благосостояния людей. Рост актуальности этой проблемы подтверждается прогнозными оценками мирового ресурсного потенциала, свидетельствующими о том, что при сохранении современных тенденций мировой ВВП будет расти в среднем на 2,2 % в год, что потребует увеличения глобальной добычи ресурсов на 110 % и приведет к росту выбросов парниковых газов на 43 %. В случае реализации сценария, включающего переход к УПиП, прогнозируется рост мирового ВВП на 8 % выше исторических тенденций при более равномерном распределении ВВП на душу населения, снижении общемировой добычи ресурсов на 25 % при 90 % сокращении выбросов парниковых газов [5].

УПиП предполагает глубокую трансформацию экономических систем, включающую изменение подходов к оцениванию того, что и как мы потребляем, какими средствами и методами производим в течение всего жизненного цикла, обеспечивая переход к экономическим укладам более высокого порядка – индустрии 4.0, циклической или циркулярной экономике.

В российских документах стратегического планирования сущность УПиП трактуется иначе, что объясняется устоявшимся в управляющих структурах всех уровней мнения о том, что Россия «...нуждается в реализации ЦУР ООН в своей национальной интерпретации» [73, 6 с.]. В результате адаптации ЦУР 12 переход к рациональным моделям потребления и производства в российской интерпретации понимается как «...приближение структуры личного потребления к уровню средне-развитых стран, а производства – к такой структуре экономики, где развиты не только отрасли, в которых та или иная страна имеет значительные природные, географические или иные преимущества, но и более широкий набор современных, инновационных отраслей товаров и услуг, и в которой обеспечена устойчивость по отношению к внешним шокам, ценовым колебаниям, фазам делового цикла, сдвигам в структуре мирового спроса на товары и услуги» [6, с. 71]. Т. е.

в отечественной интерпретации понятие устойчивости потребления и производства несёт совершенно иную смысловую нагрузку.

Не отрицая необходимости и важности адаптации глобальных целей ООН к условиям и национальным целям конкретной страны, следует все-таки отметить, что на, наш взгляд, трансформация производственного сектора с целью изменения его структуры от сырьевой к постиндустриальной, если она осуществляется на принципах традиционной линейной модели, не отвечает не только ЦУР ООН, но и национальным стратегическим целям, таким, например, как «развитие национальных производств, использующих собственные технологии, которые могут конкурировать на мировых рынках», поскольку конкурировать придётся с принципиально иными технологиями замкнутого производственного цикла (циклическая или циркулярная экономика).

Экологические цели в российских документах вынесены в отдельный блок, включающий ЦУР № 6, 14, 15, т. е. цели, касающиеся непосредственно рационального использования и защиты экосистем моря и суши. Т. е. экологические цели и задачи рассматриваются отдельно от производственной и потребительской деятельности (не увязываются с ЦУР 12), и, как правило, не носят превентивного характера.

Такое понимание ЦУР 12 искажает понятие устойчивого потребления и производства, как совокупности действий, обеспечивающих рост благосостояния при сокращении потребления ресурсов и всех видов негативного воздействия на ОПС, не стимулирует исследования современных тенденций в трансформациях потребностей и поведении потребителей и производителей под воздействием экологических и климатических вызовов, не даёт соответствующего запроса отечественной науке, не находит отражения в национальных, региональных и отраслевых стратегиях развития. Вместе с тем, практическая деятельность ряда российских компаний (как правило, работающих на международных рынках), доказывает возможность реализации целей по переходу к постиндустриальной фазе развития с соблюдением принципов устойчивого развития.

Росстат в 2020 г. опубликовал информацию по результатам деятельности РФ по достижению ЦУР ООН [7], которая представляет собой первый Добровольный национальный обзор достижения Россией целей устойчивого развития. По разделу УПиП в отчёте содержатся ограниченные сведения: о динамике потребления топливно-энергетических ресурсов на одного занятого за период 2012–2019 гг., динамике объёмов утилизации отходов производства и потребления за последние три года, количестве компаний, разместивших открытую отчётность в форме открытых данных в 2019 г., а также динамике отдельных показателей, характеризующих эколого-просветительскую деятельность заповедников и национальных парков [7, с. 58-59].



Давая определение устойчивого туризма и туристского продукта, устойчивого потребления и производства и др. терминов, глоссарий «Базового доклада» WTO об интеграции моделей устойчивого потребления и производства в политику в области туризма не содержит определения устойчивых моделей потребления и производства, что придаёт документу декларативный характер и отражает отсутствие общепринятого определения этих понятий и продолжение дискуссий в академических кругах по этому вопросу, явно недостаточную разработанность теории трансформации бизнес-моделей и моделей поведения потребителя.

Следует отметить, что экологизации поведения производителей традиционно уделяется больше внимания как в теории, так и в практической деятельности государственных и общественных институтов. Однако если в обществе отсутствуют механизмы стимулирования экологичного поведения населения, в том числе как потребителей, изменения будут происходить, главным образом, за счёт технологических инноваций, но, не умаляя их значимости для экологизации экономики, следует согласиться с авторами, считающими, что их недостаточно для достижения ЦУР [8].

В качестве дополнительной аргументации актуальности проблемы экологизации потребления и производства на рисунке 1 приведена карта мира, отражающая результаты оценивания экологического следа потребления для различных стран, степень, с которой страны злоупотребляют мировыми природными ресурсами.

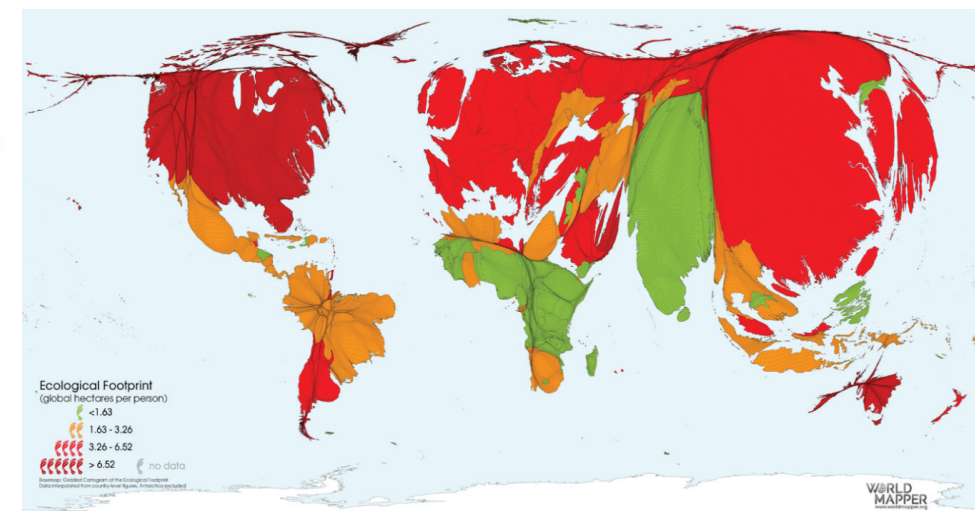


Рисунок 1 – Экологический след потребления 2019 г.

Актуальность проблем перехода к «зелёному» экономическому росту определила включение целей экологизации в приоритеты научно-

технологического развития РФ, зафиксированные в Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утверждённой Указом Президента РФ от 1.12.2016 г. № 642. В числе таких приоритетов были названы переход к экологически чистой и ресурсосберегающей энергетике, экологически чистому агро- и аквахозяйству, развитие природоподобных технологий и поиск эффективного ответа российского общества на большие вызовы, определяемые, в том числе, характером взаимодействия человека и природы.

Дальнейшее углубление экологических и климатических проблем в 2020–2021 году, обязательства России по достижению ЦУР ООН обусловили необходимость разработки и принятия ряда документов стратегического планирования, включая Распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2021 г. № 1912-р «Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зелёного) развития Российской Федерации», определяющее наравне с девятью приоритетными направлениями устойчивого, в т. ч. зелёного развития РФ, понятия зелёных и адаптационных проектов как инструментов, обеспечивающих достижение экологических целей.

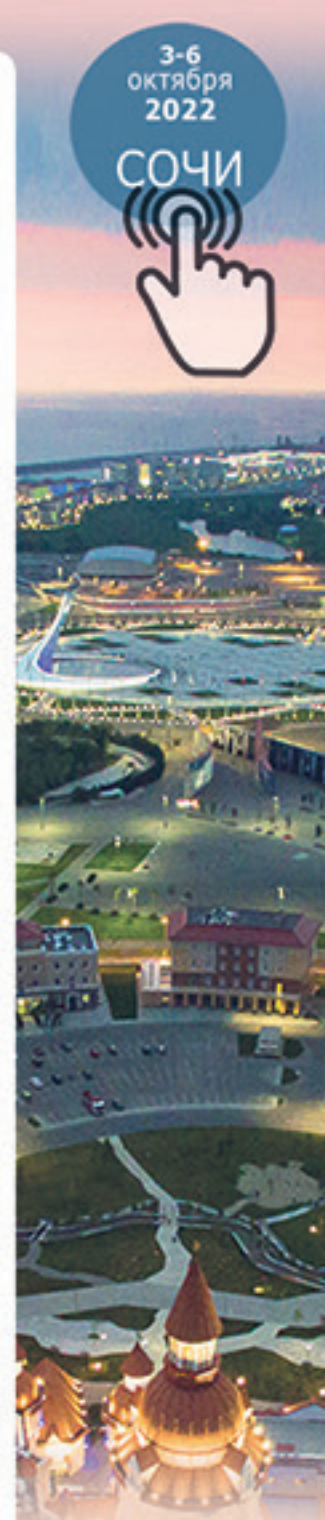
Решение экологических проблем рассматривается как непереносимое условие обеспечения прорывного научно-технологического и социально-экономического развития РФ, роста уровня жизни и создания комфортных условий жизнедеятельности населения страны, что нашло отражение в системе национальных проектов, разработанных на период до 2024 г. и включающих национальный проект «Экология», одной из целей которого является развитие экологического туризма.

Задачи экологизации туризма ставятся практически во всех разрабатываемых и реализуемых в настоящее время в России национальных проектах и программах развития внутреннего и въездного туризма. Так, например, в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. в качестве руководящего принципа зафиксирована ориентация на минимизацию негативного воздействия на природную среду.

Задачи минимизации негативного воздействия на ОПС в ходе реализации стратегических целей ставится в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» (2021–2030 гг.).

Актуальность проблемы экологизации отечественной индустрии туризма, помимо прочего, определяется активизацией деятельности по развитию всех форм природного туризма, включая туризм на особо охраняемых природных территориях (ООПТ). Задача расширения сети ООПТ различных уровней и развития экологического туризма на ООПТ ставится в Национальном проекте «Экология», в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

В качестве аргументации приводится сравнительный анализ данных по объемам туристской деятельности на ООПТ различных стран,



свидетельствующий о низкой эффективности использования национального природного потенциала. По данным заместителя генерального директора по продвижению новых проектов Агентства стратегических инициатив (АСИ) Ольги Захаровой в 2019 г. федеральные ООПТ России (135 бюджетных учреждений) посетило 8 млн человек, доход от посетителей составил 1,03 млрд руб. В том же году национальные парки США посетило 327,5 млн человек, что обеспечило 340 500 рабочих мест, а расходы посетителей на сопредельных территориях и в самих национальных парках составили \$21 млрд. В 2015 г. в мире на охраняемые природные территории приходилось 8 млрд посещений, а годовые туристические расходы составили \$600 млрд при общемировых затратах на развитие и управление ООПТ в \$10 млрд в год [9].

В программных документах Правительства РФ ставится задача существенного увеличения доходов индустрии туризма за счёт развития экологического туризма на ООПТ. В целях обеспечения экологически безопасного развития туризма на ООПТ АСИ разрабатывает методологию оценки социально-экономических эффектов и калькулятор, позволяющий оценить эффект от деятельности на особо охраняемых природных и прилегающих территориях для регионов РФ. В качестве метода контроля и оценки антропогенного воздействия предполагается использовать методику «Пределы допустимых изменений» (Limits of Acceptable Change, LAC). Она ориентируется не столько на количественные характеристики рекреационных нагрузок, сколько на качественные изменения, происходящие на ООПТ, в её основе лежит управленческий подход [9].

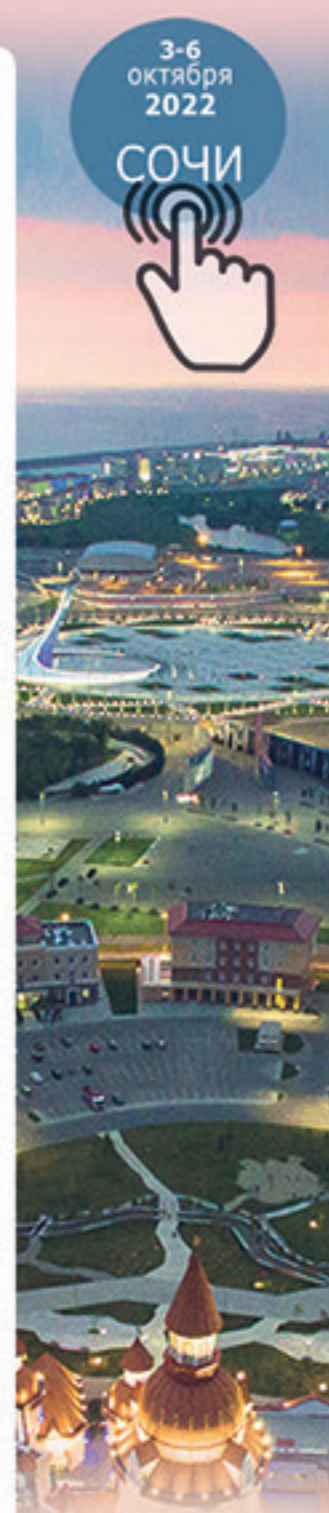
Вместе с тем, выступления участников ежегодной международной конференции «Природный туризм: глобальные вызовы и перспективы для России», проходившей в октябре 2019, 2020 и 2021 гг. на курорте «Роза Хутор» свидетельствуют об отсутствии понимания сущности экологического туризма у управленцев и инвесторов всех уровней. Глава Ростуризма Дорина Загузова считает, что основным барьером развития экологического туризма в России, занимающей первое место в мире по площади ООПТ, является дефицит доступных мест с качественной и комфортной инфраструктурой для туристов. Поэтому в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» в разделе, касающемся экологического туризма, ставятся задачи развития сети безопасных и комфортных кемпингов, автокемпингов и современных глэмпингов по всей стране, обустройства зон туристской рекреации на ООПТ и прилегающих территориях. На наш взгляд, автокемпинги и глэмпинги не согласуются с принципами экологического туризма, предполагающего минимум негативного воздействия на окружающую природную среду. Инвесторы, со своей стороны, сетуют на жёсткость законодательства, регламентирующего

хозяйственную деятельность на ООПТ, лоббируя изменения, облегчающие доступ инвесторов к охраняемым природным ресурсам. При этом ни в одном из документов или выступлений российских участников не ставилась задача внедрения инновационных «зелёных» технологий с целью обеспечения экологически безопасного развития туризма на ООПТ. Как следствие, рост вероятности разрушения и уничтожения уникальных экосистем в ходе их хозяйственного использования.

Российские исследователи, к сожалению, часто сужают понимание экоиноваций в туризме, связывая их исключительно с развитием только одного вида – экологического туризма. Экологический туризм, возможно, в большей мере нуждается в экоиновациях, поскольку руководствуется (в идеале) жёсткими правилами и ограничениями во взаимодействии с ОПС. Тем не менее, концепция экоиноваций не ограничивается рамками какого-то или каких-то отдельных видов туризма, а предполагает включение всех видов деятельности, так или иначе связанных как с производством, так и потреблением туристского продукта [10]. В целях недопущения смешения понятий следует, вероятно, использовать термин экологичный или зелёный туризм, понимая под ним любой вид туризма, но осуществляемый с применением продуктов, услуг, технологий и бизнес-моделей, минимизирующих негативное воздействие предприятий индустрии туризма и туристов на ОПС, оптимизируя использование ресурсов, при одновременном снижении экологического следа потребления туристского продукта.

Список литературы

1. The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2020. Special edition: Lessons from COVID-19 for tourism in a changing climate [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.responsibletravel.org/> (accessed: 07.10.2021).
2. World Tourism Organization and International Transport Forum. (2019). Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results. UNWTO: Madrid. DOI: 10.18111/9789284416660.
3. White K., Hardisty D.J., Habib R. The Elusive Green Consumer // Harvard Business Review. – July-August 2019. – URL: <https://hbr.org/topic/sales-and-marketing> (accessed: 14.09.2021).
4. World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies, UNWTO, Madrid, 2019. – 118 p. DOI: 10.18111/9789284420605.
5. ООН. Экономический и социальный Совет. Доклад о ходе осуществления Десятилетней рамочной программы в области устойчивого потребления и производства. E/2019/64 со ссылкой на: «Международная группа по ресурсам, Прогнозная оценка мирового ресурсного потенциала». – 2019. – URL: undocs.org/E/2019/64 (дата обращения: 14.09.2021).
6. Доклад о человеческом развитии в Российской Федерации за 2016 г. / под ред. С.Н. Бобылева и Л.М. Григорьева. – М.: Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, 2016. – 298 с.
7. Цели устойчивого развития в Российской Федерации. 2020: крат.сб. стат. – М.: Ростат, 2020 – 79 с.



8. Scott D. Why sustainable tourism must address climate change // Journal of Sustainable Tourism. – 2011. – Vol. 19. – No. 1. – P. 17-34. DOI: 10.1080/09669582.2010.539694.
9. Захарова О. Уникальные территории России могут быть доступнее для туристов без ущерба для природы [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/realty/blogs/2020/10/20/843811-unikalnie-territorii> (дата обращения: 22.10.2020).
10. Мишулина С.И. Сущность «зелёного» туризма // Регионы России в новых экономических условиях: материалы научно-практической конференции, Сочи, 13 октября 2016 г. – Сочи: Сочинский научно-исследовательский центр Российской академии наук, 2016. – С. 75-84.

© Мишулина С.И., 2022

УДК 330.3

ПРЕОДОЛЕНИЕ РЕЦЕССИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: НОВАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ

Молчанов И.Н.

доктор экономических наук,
профессор кафедры политической экономики
Экономического факультета Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова;
профессор Департамента общественных финансов
Финансового факультета Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации

Исследуются актуальные для современного этапа векторы развития туризма в России, рассматриваются особенности проводимой политики в сфере туристских услуг в сравнении с догоняющими и развивающимися странами мира. Обоснованы предложения по внесению корректив в экономическую политику в отношении распространения ИКТ и расширения способов подготовки кадров для индустрии туризма с учётом потребностей глобализирующейся экономики и международного рынка. Выявлены актуальные аспекты сотрудничества с дружественными странами в условиях новой геополитической реальности, возможности для установления партнёрства и пути для активизации деятельности экономических агентов в сфере туристских услуг.

Ключевые слова: туристские услуги; туристский потенциал; туристские ресурсы; экономическая политика; финансовый механизм; кадровый потенциал; рыночная конкуренция; плотность туристских услуг.

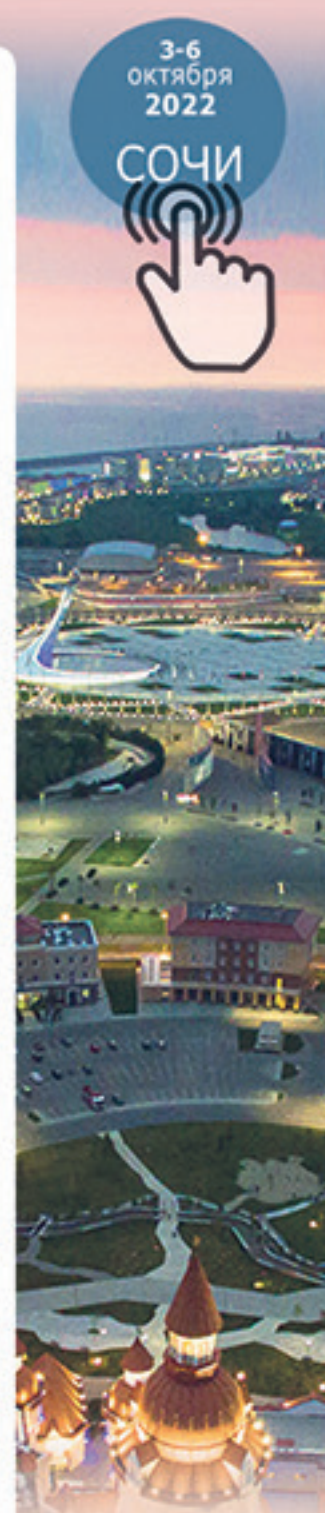
Базовым условием развития туризма в рамках определённой таксономической единицы экономического пространства (страны, макрорегиона, мезорегиона и др.) служит наличие туристского потенциала как своеобразного комплекса природных и историко-культурных объектов и явлений данной территории, связующими звеньями которых выступают образовательный потенциал и квалификация кадров, а также хозяйственно-логистические цепочки, средства размещения, транспортная и туристская инфраструктура, способствующие функционированию туристской дестинации.

В научной литературе при обсуждении вопросов развития туристского потенциала территории распространено применение ресурсного подхода, в рамках которого внимание исследователей акцентируется на комплексе различного рода ресурсов, предназначение которых состоит в формировании и удовлетворении потребностей граждан как потенциальных туристов. При этом внимание акцентируется не только на количественных, но и на качественных характеристиках туристских ресурсов.

При рассмотрении проблем туристской индустрии исследователи отмечают характерный для целого ряда регионов и муниципальных образований России недостаток финансового обеспечения, а именно: средств бюджетов бюджетной системы, инвестиций со стороны юридических и физических лиц (организаций и граждан). Установлено наличие связи между формированием туристского потенциала и моделями поведения населения. Например, отмечается недостаток предпринимательской активности и низкий платежеспособный спрос на продукты внутреннего туризма. Выявлено существование связи между наличием у органов государственного и муниципального управления различных видов ресурсов (в том числе и административного ресурса) для повышения туристической привлекательности российских территорий и реальной поддержкой инициативных действий органов власти со стороны местного сообщества [1].

Существует понимание высокой значимости индустрии туризма для развития региональной и муниципальной экономики. Это относится к комплексу вопросов: созданию рабочих мест, объектов социальной и транспортной инфраструктуры, повышению внимания к состоянию окружающей природной среды. Однако особенно важным является вовлечение в сферу туризма объектов культурно-исторического наследия, которыми богаты регионы и муниципальные образования России. Известными являются факты экономического роста в странах мира благодаря проводимой властными структурами политики содействия развитию туризма, следствием которой стал мультипликативный рост производства товаров и услуг во всех секторах хозяйства, а также бюджетных доходов и уровня жизни населения [2; 3].

Неопределенность тенденций экономического развития, характерная для современного периода, выражается в нестабильности темпов экономического роста, их периодическом повышении или падении, неустойчивости динамики доходов хозяйствующих субъектов, что негативно влияет на векторы и плотность туристических потоков. Установлено, что в периоды нестабильного функционирования экономики сокращается поддержка отрасли со стороны государства [4]. Согласно стратегическим и программным документам, развитие туристской индустрии в России увязывается с развитием внутреннего туризма и ростом экспорта туристских услуг.



В структуре туристских услуг представлены сектора, предоставляющие сложные и простые с точки зрения затрат труда и инвестиций услуги. Сложные услуги связаны с цифровой трансформацией, применением информационно-коммуникационных технологий, технической поддержкой и ремонтом объектов основного капитала. Простые услуги в сфере внутреннего и международного туризма не требуют высоких финансовых вложений, однако создают возможности для глобализации экспорта, а для их производства создаются качественные рабочие места. В целом оказание простых услуг напрямую не связано с текущим состоянием экономики. Вследствие этого их оказание более устойчиво (по сравнению с предоставлением сложных услуг). Однако в периоды возникновения кризисных ситуаций, особенно связанных с изменениями в международных отношениях и динамикой финансовых рынков, возникают существенные колебания в объемах и структуре предоставляемых туристских услуг.

Появление новых вариантов интеграции дружественных государств в разных регионах мира требует обновления подходов к рассмотрению направлений туристических потоков, их рекомендуемой плотности и разработке предложений по созданию новых и расширению действующих предприятий и организаций, участвующих в формировании комплекса необходимых для обслуживания туристов товаров и услуг. На разнообразие факторов, влияющих на состояние туристской деятельности и их взаимосвязь с качеством жизни населения регионов, указывается в работах исследователей [5, 6].

Для достижения экономического роста одним из векторов экономической политики становится отраслевая структурная трансформация, результат которой – появление более производительных экспортных секторов экономики [7]. Решение данной задачи предполагает накопление человеческого капитала, одним из источников которого является образование. Однако исследователи полагают: поскольку многие развивающиеся страны мира располагают ограниченным потенциалом в сфере образования, это затрудняет их возможности в массовом увеличении запаса знаний [8].

В России достигнуты высокие результаты в формировании образовательного потенциала населения. Практически решена проблема грамотности: уровень основного общего и ниже образования (ступени 0, 1, 2 МСКО-2011) имеют всего 5,8 % взрослого населения страны. Соответственно, имеют среднее общее и среднее профессиональное образование по программам подготовки квалифицированных рабочих, служащих (ступени 3, 4 МСКО-2011) 26,8 % населения России. Преимущества общественно-государственной образовательной политики России и представительные результаты деятельности системы образования по подготовке

специалистов характеризуют данные об уровне профессионального образования – это 64,7 % населения России (ступени 5, 6, 7, 8 МСКО-2011). В том числе среднее профессиональное образование по программам подготовки специалистов среднего звена имеют 34,5 % взрослого населения; высшее образование – 30,2 % [9, с. 480].

Вопросом исключительной важности, который необходимо решать незамедлительно, является несогласованность между работой системы образования и развитием рынка труда. Практическая значимость в том, что недоучёт потребностей рынка труда в специалистах определённых профессий и квалификаций существенно влияет на уровень занятости и активизирует рост безработицы. В России уровень занятости взрослого населения колеблется в зависимости от уровня образования. Так, у взрослого населения, имеющего уровень образования по ступеням 0, 1, 2 МСКО-2011 уровень занятости – 53,9 %, а уровень безработицы – 11,7 %; по ступеням 3, 4 МСКО-2011 соответственно 72,7 % и 6,5 %; по ступеням 5, 6, 7, 8 МСКО-2011 соответственно 82,3 % и 3,8 % [9, с. 484].

Данные об уровне занятости свидетельствуют о проблемах в обеспечении работой различных категорий лиц: по мере роста уровня образования вероятность получения работы возрастает. Данные об уровне безработицы подтверждают следующую закономерность: чем ниже уровень образования, тем сложнее процесс трудоустройства. На изменение ситуации в будущем могут повлиять развитие системы повышения квалификации и переобучения кадров, изменение характера труда, придание ему творческого, креативного характера. Из представленной информации можно сделать следующий вывод: в России есть потенциал для роста занятости в сфере туристских услуг.

На повышение спроса на туристские услуги положительно влияет рост благосостояния населения, на рост предложения – технологический прогресс в транспортной и информационной сферах, инвестиции в инфраструктуру (например, транспортную, энергетическую, коммунальную сферы (например, гостиничный фонд) [10]. Особенности туристского сектора известны: высокая интенсивность и достаточно сложные условия труда, но при этом невысокое качество рабочих мест и сравнительно низкая заработная плата, влияние фактора сезонности на занятость [11]. Актуальной задачей является формирование информационного сопровождения производимых сектором туризма услуг. Здесь важно задействовать различные источники информации, однако сохраняется роль государственной статистики: она имеет преимущества по созданию различных информационных приложений, сбору статистических данных и предоставлению их компаниям, работающим на рынке [12].



Совместные действия правительств стран мира необходимы не только для ликвидации последствий пандемического кризиса, но и для развития международного туризма. Координация усилий необходима для проведения согласованной экономической политики в рамках межгосударственных объединений и партнерств стран мира, например, ЕАЭС, БРИКС. Рост предложения различных видов туристских услуг во многом обусловлен изменчивостью конъюнктуры мирового рынка, экономическими интересами стран-участников интеграционных союзов. Представляется важным более активное взаимодействие методов финансового регулирования, под которым понимается перераспределение финансовых ресурсов между сферами экономики, отраслями, территориями. Механизм перераспределения ограниченных централизованных средств характеризуется различными вариантами их концентрации, сочетанием инструментов финансового стимулирования и финансового сдерживания [13]. В целом развитие услуг туризма инициирует выход на международные рынки, что, в конечном итоге, способствует росту производимого ВВП и благосостояния граждан догоняющих и развивающихся стран мира.

Список литературы

1. Рогач О.В., Фролова Е.В., Медведева Н.В. Туристский потенциал российских территорий: позиция муниципальных органов власти // Вопросы экономики. – 2022. – № 9. – С. 125-138.
2. Ibrahim A.O., Baqawy G.A., Mohamed M.A.S. Tourism attraction sites: Boasting the booming tourism of Saudi Arabia. International Journal of Advanced and Applied Sciences, – Vol. 8. – № 4. – P. 1-11. DOI: 10.21833/ijaas. 2021.04.001.
3. Ismail H.H. The contribution of tourism revenues to economic development during the terrorism crisis // International Journal of Advanced and Applied Sciences. – Vol. 8. – № 2. – P. 35-43. DOI: 10.21833/ijaas.2021.02.005.
4. Higgins-Desbiolles F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19 // Tourism Geographies. – Vol. 22. – № 3. – P. 610-623. DOI: 10.1080/14616688.2020.1757748.
5. Максимов Д.В. О туристском районировании территории России // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Естественные науки. – 2019. – № 1. – С. 76-85. DOI: 10.23683/0321-3005-2019-1-76-85.
6. Максимов Д.В. Оценка эффективности туристской деятельности в регионах России // Географический вестник. – Т. 4. – № 55. – С. 166-180.
7. Cherif B., Hasanov F., Wang L. Sharp Instrument: A Stab at Identifying the Causes of Economic Growth IMF // Working Paper. – № 18/117. – 2018.
8. Hausmann R. Economic Development and the Accumulation of Know-How. // Welsh Economic Review. – 2016. – № 24. – P. 13-16. DOI: 10.18573/j.2016.10049.
9. Индикаторы образования: 2022: статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Л.М. Гохберг, О.А. Зорина и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 532 с.
10. Scott D., Gössling S. What Could the Next 40 Years Hold for Global Tourism? Tourism Recreation Research. – 2015. – Vol. 40. – № 3. – P. 269-285. DOI: 10.1080/02508281.2015.1075739.

11. Acemoglu D. It's Good Jobs, Stupid. Research Brief, 2019. URL: <https://econfp.org/wp-content/uploads/2019/06/Its-Good-Jobs-Stupid.pdf>.
12. Beraja M., Yang D.Y., Yuchtman N. Data-Intensive Innovation and the State: Evidence from AI Firms in China. NBER // Working Paper. – № 27723. – 2020.
13. Молчанова Н.П., Молчанов И.Н. Экономическая и финансовая политика: научные основы и практические аспекты: монография. – М.: МАКС Пресс, 2020. – 308 с.

© Молчанов И.Н.

УДК 339.97:352

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА СЛУЖБЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ПРОЕКТ «УМНЫЙ ГОРОД»

Молчанова В.А.

кандидат экономических наук,
ведущий научный сотрудник лаборатории
экономических исследований,
ФИЦ СНЦ РАН

Целью работы является анализ политики и идеологии умного города как стратегии управления эпохи позднего капитализма. На основе применения методологии французской школы регуляции сформулирована гипотеза о том, что политико-экономическая значимость продвигаемых ведущими капиталистическими государствами проектов умного города определяется их регулятивной ролью в глобальной системе постфордистского режима накопления. Предложена критическая проблематизация технократического дискурса умного города, позволяющая выявить его классовую направленность, контрольно-регулятивные функции и место в программе оживления неолиберальной модели глобализации. Отмечается, что спрос на умные города формируют транснациональные корпорации и действующие в их интересах органы государственной власти. Обращено внимание на связанные с этой моделью развития риски усугубления недемократических тенденций корпоративного контроля над общественными процессами.

Ключевые слова: умный город, цифровая экономика, глобализация, французская школа регуляции, поздний капитализм.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) революционизировали все проявления нашей жизни: работу и учебу, политику и экономику, общение и потребление. Пандемия коронавируса продемонстрировала нашу зависимость от ИКТ с новой силой. Одним из важных проявлений цифровой революции следует признать переход от традиционных способов управления обществом к управлению, основанному на мобилизации сетевых сообществ. Другой, не менее важный аспект, касается смещения точек приложения сил в политике и экономике с



национальных на местные горизонты. В этом плане не только национальное, но и глобальное значение политики регионов, городских агломераций и городов становится всё более выраженным.

Внедряемые в странах ОЭСР проекты умного города за десять с небольшим лет прошли существенный путь развития. Начав с утилизации ИКТ для улучшения городских служб – водопровода, канализации, энергоснабжения и транспорта – проекты умного города во всё большей степени стали затрагивать сферы управления, большой политики и большой экономики, обещая не просто оптимизацию, но всестороннюю демократизацию и гуманизацию жизни общества. Речь идёт и о включении непривилегированных слоёв населения в процессы принятия решений, и об укреплении ответственности корпораций перед обществом, и об охране окружающей среды, предотвращении катастрофических изменений климата и снижении социального неравенства. Умный город предстает в виде панацеи, способной разрешить глобальные проблемы, которые не могут решить государства.

Насколько все это реально? Кому и зачем это нужно? В то время как Цели устойчивого развития ООН, входящие в Повестку дня до 2030 г., по-прежнему ждут своего достижения, происходят сдвиги в глобальной архитектуре бизнеса и управления. Задачей настоящей работы является прояснение причин и механизмов политической поддержки идеи умного города как приоритетного инструмента решения назревших в обществе проблем. В работе выдвигается гипотеза о том, что становление мировой сети глобальных городов и переход на этой основе к вненациональному, сетевому управлению экономикой и политикой отвечает интересам мировой капиталистической олигархии. Мы рассматриваем становление умного города как проявление глобального парадигматического сдвига в развитии позднего капитализма.

Ключевой особенностью происходящих и активно поощряемых глобальными элитами трансформаций является возникновение планетарной сети взаимопереплетённых организаций, связующих глобальные города и умные города второго, регионального эшелона влияния, в единую систему управления и регулирования экономических и политических процессов, выходящих из-под контроля национальных государств. Таким образом, возникает новая модель социально-экономической и политической регуляции общества.

Вслед за французской школой регуляции, мы называем эту модель постфордистской. Используя методологию французских регуляционистов в анализе современного этапа развития экономики, мы находим, что политическое и экономическое значение растущего множества проектов

умного города следует искать в предназначенной им особой роли по оживлению уровня потребления средних классов и поддержанию переживающего не лучшие времена постфордистского режима накопления капитала. Развитие умных городов как инструмента стимулирования инноваций и необходимых рынку уровней потребления поощряется транснациональными корпорациями, мировым бизнес-сообществом (напр., Давосским клубом), ООН, международными объединениями городов, национальными правительствами. Рассмотрение динамики становления и роста умных городов как процесса политико-экономического и регуляторного, позволяет проиллюстрировать гипотезу об объективной необходимости утверждения новой, городоцентричной системы управления капиталистическим развитием. Объективность в данном случае понимается как соответствие интересам глобальных капиталистических элит и функциональная роль по обслуживанию послекризисного этапа развития постфордистского режима накопления.

Глобальные города в мировой политике и экономике

Концентрация населения в мегаполисах превращает их в акторов не только национального, но и международного значения, с собственным властным потенциалом и возможностями. Мировые финансовые центры, мировые транспортные и коммуникационные узлы, оффшорные налоговые гавани, города, предлагающие транзакционные услуги корпорациям и государствам, города, которые становятся магнитами для мигрантов, играют стратегическую роль в экономике, значимую «не только для глобального капитала, но и для транснационализации труда и формирования транслокальных сообществ и идентичностей» [23, с. 38].

Влияние городов колоссально. Уже сегодня 600 городов мира производят 60 % мирового ВВП [8]. При этом одна пятая экономики Великобритании приходится на Лондон, а треть всей экономики США – на Северо-восточный коридор (Бостон-Вашингтон) и Лос-Анджелес [16]. Валовой продукт Токио больше, чем ВВП Канады; ВВП Нью-Йорка почти на 30 процентов превышает ВВП Австралии; Сеул производит больше, чем вся Малайзия; Пекин экономически крупнее Швеции, а Париж больше, чем ЮАР [17]. Аналогичным образом, российская экономика характеризуется концентрацией финансовых и бюджетных средств в Москве при явном отставании регионов [1, с. 82].

Всемирным признанием роли городов стали решения конференции ООН 2016 г. Habitat III, принятие Новой программы развития городов, сотрудничество международных банков развития, включая и Группу Всемирного банка, в финансировании городских проектов. Глобальные города имеют собственные международные представительства



и объединяются в сетевые организации [19]. Всемирная организация «Объединённые города и местные власти», являющаяся негосударственным стейкхолдером ООН, стремится к усилению роли и влияния местных властей в глобальном управлении. С 2013 г. функционирует Глобальная рабочая группа местных и региональных властей, занятая координацией позиций и проведением интересов местных правительств на мировой политической арене. Созданы глобальная сеть мегаполисов и городских агломераций, Глобальный парламент мэров, Соглашение мэров, Союз городов и другие организации.

Глобальные города имплицитно полагаются в качестве самостоятельных, самоуправляемых экономических субъектов, имеющих не только легитимные функции, но и ресурсы для саморазвития. Они задают ориентиры успеха для прочих муниципалитетов. В этой связи в течение последнего десятилетия все большую популярность приобретает модель умного города, позиционируемого как этап и аспект развития города глобального. Умных городов уже сотни, а будут, вероятно, тысячи. В пункте 66 Новой программы развития городов, утверждённой Генеральной Ассамблеей ООН 23 декабря 2016 г., зафиксировано обязательство использовать принципы умного города для стимулирования устойчивого экономического роста и улучшения качества городских услуг.

Политика глобального умного города формулируется и развивается в очевидной оппозиции к сложившейся Вестфальской системе наций-государств. Властные отношения нового типа, порождаемые возвращением города как самостоятельного субъекта на мировую арену, задают новый тон политике постлиберальной глобализации [31].

Глобализация есть формирование новой экономической системы, основанной на ослаблении роли национальных государств в пользу саморегулирующегося мирового рынка. Взаимодействие транснациональных ИТ-корпораций, международных финансовых организаций, муниципальных властей в стратегической области цифровой трансформации местного самоуправления представляет собой яркий пример «управления без правительства» [22]. Фактическая деградация национальных институтов управления компенсируется на путях становления новой миросистемы городов-регионов при планомерном уходе бизнеса и государства из неперспективных национальных и глобальных периферий.

Проблемы иерархической координации, административные и транзакционные издержки, сопутствующие деятельности государственных органов власти, порождают у национальных бюрократий стремление прямого согласования действий на групповом и личностном уровнях. Возникают сети профессиональных, корпоративных, институциональных связей чиновников среднего уровня, судей, парламентариев, муниципалитетов. Эти системы «дезагрегированного суверенитета»

[25] решают задачи глобального управления с большей лёгкостью и эффективностью, чем официальные государственные структуры. Экономическое сотрудничество переходит с международного уровня на мезо- и микроуровень, координируя взаимодействия практически независимо от государственных процессов управления.

При этом «глобализация оказывает давление на национальные государства не только «сверху» (со стороны, к примеру, мирового рынка), но и «снизу», с локального уровня, который самостоятельно включается (или втягивается) в транснациональные взаимодействия» [6 с. 165-166]. Права муниципалитетов в принятии инвестиционных решений и одновременно их очевидная нужда в крупных частных инвестициях создают идеальную площадку для внедрения транснационального капитала на местные рынки.

Глобальные умные города, реализуя проекты цифровизации городской среды, расширяя информационную инфраструктуру и доступ населения к высокоскоростной Интернет-связи, оживляют, через электронную коммерцию, классово стратифицированную схему массового потребления в пределах отдельного города-региона. Таким образом, бюрократически-олигархическая «система с огромным расслоением населения по уровню благосостояния» [1, с. 79], выступающая экзистенциальной противоположностью системе социально ориентированного государства, возрождается даже там, где она, казалось бы, была изжита с наступлением послевоенной эпохи «всеобщего благоденствия», – в развитых странах мирового капиталистического ядра.

Не менее важна и идеолого-регулятивная функция целенаправленно выстраиваемой мифологии успешного, способного к гибкой адаптации и неограниченному развитию глобального города-региона. Основанная на цифровых платформах, порталах и автоматизированных сервисах, новая система муниципального управления, вопреки оптимистическому прогнозу Б. Барбера, может и не стать проявлением «демократии снизу» [9]. Стратификация потребления в пределах такого якобы инклюзивного и условно эгалитарного на основе равенства возможностей территориального образования маскируется видимостью псевдodemократического «капитализма стейкхолдеров», а выпадающие из этой модели слои населения получают возможность условного участия в общегородских инициативах и безопасные для правящих кругов инструменты самоорганизации на основе тактики малых дел. Дискурс умного города, подкрепляемый заимствованной из бизнес-менеджмента тактикой бенчмаркинга и имитации успешных моделей, организует города и сети городов под флагом корпоративного управления, предположительно выходящего за пределы традиционных политических (а значит, и демократических) схем действия.



Умный город в системе постфордистской регуляции

Анализируя особенности режима накопления и способа регулирования отношений труда и капитала в условиях позднего капитализма, представители французской школы регуляции продемонстрировали кризис глобальной модели капиталистического индустриализма («фордизма») и необходимость его замены постфордистской системой регуляции. Однако конкретные черты постфордистской системы управления были обозначены лишь конспективно; глубокое их исследование остаётся делом будущего. Само понятие «постфордизм» порой воспринимается не более, чем современная глобальная форма, перевоплощение или «реартикуляция» фордизма [4, с. 7-8].

Французские регуляционисты отметили, что постфордистская эпоха капиталистического развития разбивает вертикально интегрированную компанию и заменяет её децентрализацией производства, аутсорсингом, субподрядами и переводом производственных мощностей в оффшоры. Массовое производство однотипных товаров заменяется подвижной вариацией спроса гибкой специализацией. Финансовая глобализация дестабилизирует национальные системы социального обеспечения. Национальные экономические системы также подвергаются фактическому распаду, заменяясь интернационализацией производства по сетевому принципу и кластеризацией конкурентоспособных отраслей в отдельных регионах внутри страны [29]. И то, и другое способствует высвобождению капитала от сковывающих его рамок национальных правовых и регулятивных систем, повышению его транснациональной мобильности и увеличению нормы прибыли [20]. Концентрация транснациональных компаний и бизнес-элит в пределах одного города-региона, обладающего всеми необходимыми инструментами для обеспечения наилучших условий накопления и мобильности капитала, отвечает этой тенденции.

Как справедливо указывает О.П. Бурматова, специфическими и обязательными признаками умного города следует признать его экономическую самодостаточность, управляемость и институциональность, т. е. системную сконцентрированность правовых, налоговых, финансовых, инновационных, кадровых, организационных и прочих механизмов развития [2 с. 143]. Сюда следует добавить также и комплекс политических, экономических, социально-культурных, информационных и нормативно-регулятивных механизмов контроля за направлением развития. Сочетание этих многообразных качеств в пределах одной компактной территориальной единицы отнюдь не случайно.

Необходимость происходящего сдвига в сторону глобального города-региона продиктована текущим кризисом капитализма, лишь усугубившегося с началом пандемии. Пандемия ускорила вялотекущий коллапс западных национальных государств и усилила потребность в новых способах управления, из которых цифровое управление на основе города-региона обладает, пожалуй, наибольшим потенциалом. Появление новых, городоцентричных моторов развития обещает в качестве дополнительных дивидендов снижение социального напряжения и даже некую гармонизацию интересов, заведомо невозможную в формате национального государства. Города и городские агломерации, оснащённые «умными» ИКТ, открывают новые возможности по разворачиванию цифровых систем контроля и слежки за населением, но одновременно обнадеживают: одних – перспективами социальной мобильности, а других – обещанием стабилизации и минимального достатка, благодаря которым население можно удерживать в круге привычных занятий и привычного режима потребления. Привычность такого рода даёт санкцию на новую жизнь постфордистскому режиму накопления и постфордистскому способу социальной регуляции. Города-регионы оживляют идеи и принципы предпринимательского капитализма, стагнировавшие практически везде, за исключением ИКТ-отраслей экономики, со второй половины прошлого века. Умные глобальные города стимулируют новый виток массового потребления, помимо которого возрождение позднего капитализма представляется вряд ли возможным.

Умный город эпохи позднего капитализма – это город спущенных на уровень повседневности высоких технологий. Высокие технологии, бывшие когда-то исключительным атрибутом сфер промышленного производства и военных действий, кладутся в основу массового потребления. Не ограничиваясь более обслуживанием стиля жизни привилегированных слоев населения (ранний капитализм) и не задерживаясь в зоне потребления средних классов (зрелый капитализм), передовые технологии становятся доступны практически всем. Более того, отличительной характеристикой умного города оказывается парадоксальное для коммерческого общества явление: высокие технологии зачасую преподносят в качестве общественного блага.

При этом умные города не «заказываются» самими горожанами. В большинстве случаев, они возникают в результате частно-государственных партнёрств, выходящих за пределы этого города, либо спускаются по инициативе высших органов власти. Политика умного города представляется необходимой и неизбежной, поскольку она предопределена конкретной конфигурацией политических и экономических сил и ресурсов эпохи позднего капитализма. Рассмотрим её особенности.



Постфордистское общество должно быть постмассовым, освобожденным от иллюзий «государства всеобщего благоденствия» и «народного капитализма». Свойственное зрелому индустриализму массовое производство стандартных продуктов потребления уходит в прошлое не только потому, что классическая конвейерная экономика уступает место системам гибкой специализации производства, но и потому, что общество массового потребления все более обнаруживает себя в качестве идеологической фикции, не отвечающей реалиям глубоко сегментированного, раздробленного, а местами и вообще коллапсирующего потребительского рынка.

По утверждению Дж. Стиглица, «американская мечта – о хорошей жизни в обмен на усердный труд – медленно умирает» [28]. Представители французской школы регуляции характеризуют постфордистскую модель развития как «режим экстенсивного накопления при фрагментированном массовом потреблении» [12, с. 241-244]. Консумеризм позднекапиталистического общества лишь номинально массовый. На самом деле потребление приобретает массово-индивидуализированный характер, а экономика в целом переориентируется с массового производства вещей на массовое производство классово-стратифицированного и номинально индивидуализированного потребителя.

Основанный на первенстве национальных государств режим капиталистического накопления буксует, утыкаясь в пределы своего развития. Классический фордизм не сумел подавить рост заработной платы и свернуть ограничивающие нормы прибыли программы социального обеспечения. Контрнаступление капитала приняло форму неолиберальной глобализации, позволявшей решать эти проблемы на основе экспорта капитала, транснационализации и аутсорсинга. Сдерживание роста заработной платы было поставлено в центр конкурентной борьбы [30]. Даже в наиболее развитых странах, таких как США, с 70-х гг. росло неравенство по доходам, как и неравенство по богатству [3, с. 60]. В итоге реальная заработная плата американских рабочих так и осталась на уровне 1973 г. почти пятьдесят лет спустя [14]. Закрепилась тенденция расслоения и поляризации трудовых ресурсов на высокооплачиваемую, постоянно занятую элиту и массу малоквалифицированных и низкооплачиваемых, частично и временно занятых работников [20].

Большинство западных государств приняло меры жёсткой экономии, которые очень скоро из временного инструмента антикризисного регулирования стали обязательной формой публичной политики. Однако даже эти, экстраординарные меры поддержания нормы прибыли, не обеспечивают ей ожидаемый рост. Наряду с усилением эксплуатации трудящихся происходит обусловленное режимом жёсткой экономии

фискальное перераспределение бюджетных средств в пользу богатых и богатейших слоёв населения [18]. Нарастают объёмы чисто спекулятивного капитала, укрепляется тенденция к его виртуализации. Лопнувшие финансовые пузыри заполняются вливанием денег налогоплательщиков. Государственные программы, а затем и элементы государственных институтов подвергаются явной и неявной приватизации. При этом восприятие национального государства как барьера на пути развития бизнеса никуда не уходит и продолжает оправдывать попытки системного демонтажа его социально-экономических и регулятивных функций.

Отказываясь от изживших себя неокейнсианских принципов регуляции, неолиберально-глобалистские модели мироустройства в то же время не могут опереться и на откровенно хищнические тенденции «инвесторского капитализма». В качестве компромисса предлагается «капитализм стейкхолдеров» [18]. Проекты умного города представляют собой отработку этой модели в пространственно-ограниченных, управляемых на основе «цифры» сообществах.

Возникновение городской среды нового типа – глобально-ориентированной, «умной», многообразно стратифицированной и переформатированной по модным западным образцам – позволяет воспроизводить возможности массового потребления в новых пространственных конфигурациях, проецируя на них маркеры статуса и класса. Это «новое, массово-индивидуализированное городское сообщество» отвергает равенство, единообразие и стандартизацию, заменяя их «различием, неповторимостью и видоизменением» [27, с. 907]. Вырастающее в глобальных городах массово-элитарное потребление возрождает рынок, формируя новый тип мировой экономики и политики. Элиты новых городов начинают решать интересующие их вопросы напрямую и без посредника, возникает новая городская дипломатия [7].

Умный город как идеология и стратегия управления

Перенос активности на уровень города-региона, наряду с имплицитным противопоставлением «глобального» города не только окружающей его периферии, но и национальному государству, следует рассматривать как результат и проявление постфордистского поворота в бизнесе и мировой политике капиталистических государств. Характеристика умного города как, прежде всего, агломерации цифровых технологий [24] замалчивает то, что у этого образования есть и другая генеалогия, восходящая к новому публичному управлению и концепции предпринимательского города. Суть нового публичного управления (new public management) – в приватизации управленческой деятельности органов власти.



Раз государственное может принимать разные формы: от перевода целых секторов экономики на рыночные рельсы до аутсорсинга муниципальных услуг частным фирмам, замены постоянной статьи бюджетных расходов на расходы по контракту и т. д. Предполагается, что управление публичной сферой жизни общества по законам бизнеса, как и мобильный интернет, повышает эффективность деятельности городских служб. Государственные институты переопределяются в качестве агентов рыночных отношений, отступают от гарантированного пакета услуг, сворачивают систему социального обеспечения.

Таким образом, «предпринимательский город» – это узурпирующий властные функции негосударственный актор, выстраивающий систему практически неподконтрольных государству политических и экономических отношений с другими акторами того же типа. Развивающие идею предпринимательского города представления об умном городе исходят из идеи частно-государственных партнерств в предоставлении коммунальных услуг и оптимизации расходования бюджетных средств. Умный город должен быть нерасточителен в отношении непривилегированных слоёв населения. Цифровизация обеспечивает экономию и сокращение предоставляемых публичным сектором услуг. Маргинальные слои населения поощряются по принципу «помогите себе сами». Именно в эту сторону развернуты разнообразные проекты «живых лабораторий», самоорганизующихся движений по облагораживанию городских улиц и скверов и прочие псевдодемократические инициативы [13].

Транснациональные компании (ТНК), занятые в сфере городского планирования и развития, формируют спрос на «умные» и «устойчивые» города, одновременно предлагая свои услуги тем, кто может заплатить. Программы умного города обещают облегчение доступа к мобильному интернету и улучшение транспортного обслуживания, решение проблем загрязнения окружающей среды и неблагоприятных перемен климата, рациональное расходование ресурсов и контроль за выбросами в атмосферу. При этом главная задача, которую они призваны решить это стабилизация постфордистского режима накопления в глобальных масштабах (рис. 1).

Умные города призваны преодолеть социальную изоляцию, бедность и преступность – добиться всего, чего не смогли добиться государства. Самое главное – они должны обеспечить рост массово-индивидуализируемого потребления для стабилизации постфордистского режима. Глобальный кризис капитализма не преодолевается на путях неолиберальной глобализации, понимаемой как тотальная транснационализация бизнеса, финансов, рабочей силы и управления. На смену ей

приходит транснационализация выборочная, оазисная, сетевая. Внутренняя сегментация западных стран препятствует удержанию ими роли коллективного мирового центра. Мировым центром становится сотня глобальных городов. Этого слишком мало для того, чтобы сдерживать деструктивные тенденции выброшенных на периферию масс. Поэтому возникает проект эшелонированного мирового центра с постепенным уходом в периферию: глобальные города Альфа-, Бета- и Гамма-рангов, опирающиеся на несколько тысяч обслуживающих их умных городов и поселений. Государство как актор мировой политики срастается с городом, а главной функцией бывших национальных центров экономического развития становится обслуживание мирового рынка.

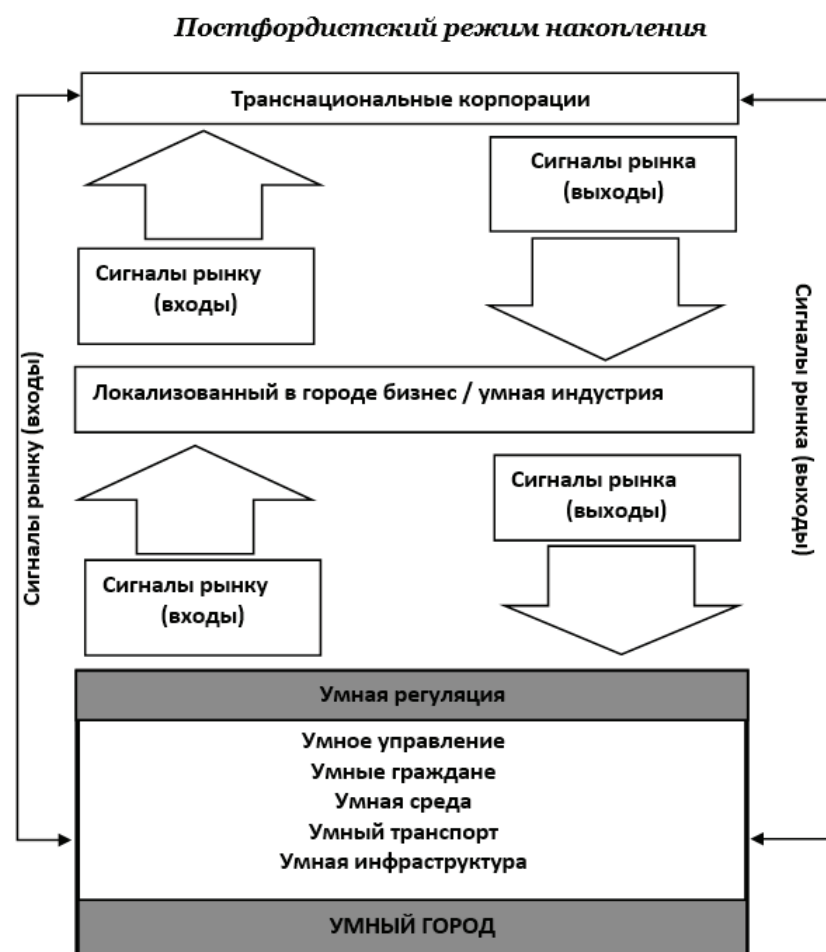


Рисунок 1 – Умный город
в постфордистском способе регуляции

Не обошёл этот процесс и Россию. В принятом Министерством экономического развития РФ «Прогнозе долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» сообщается, что «Базовой тенденцией пространственного развития России является усиление концентрации человеческого капитала, инфраструктуры, ресурсов будущего в крупных городах и формирование 20 агломераций с численностью населения более 1 млн человек. Данные агломерации будут способны выполнять специализированные интернациональные функции в мировом разделении труда, стать локомотивами роста, развивая новые инновационные кластеры. В первую очередь это касается Московской и Санкт-Петербургской агломераций. Продолжающийся процесс концентрации научной, научно-технической и инновационной деятельности в крупных и крупнейших городских агломерациях России отмечен и в Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., полагающей ускорение экономического, научно-технологического и инновационного развития крупнейших городов-регионов магистральным направлением развития страны и её выхода на зарубежные рынки.

Однако связь опережающего развития глобальных городов и национального развития в целом далеко не очевидна. В эпоху глобализации структура и динамика международных рынков определяется транснациональными компаниями не в меньшей, а может быть, и большей степени, чем национальными государствами. Для ТНК, умные города открывают новые рынки сбыта и обеспечивают максимально удобную среду существования. Международное признание в качестве «умного» города сегодня выступает неотъемлемым условием успеха в глобальной гонке за инвестициями и человеческим капиталом талантливых, креативных работников, без которых современная экономика попросту невозможна.

Интересы крупных корпораций определяют государственную политику. В 2015 г. Министерство транспорта США потратило \$350 млн на развитие новых транспортных технологий в рамках проектов умного города. В следующем году на федеральную инициативу «Вызов умного города» откликнулось 78 американских городов, а для её реализации было собрано свыше \$600 млн из частных и государственных источников. В июле 2016 г. Министерство торговли США опубликовало справочник «Умные города, регионы и сообщества: возможности экспорта», поставив в качестве государственного приоритета задачу «направить американские компании с тем, чтобы они играли более заметную роль, сотрудничая с глобальными городами для ответа на вызовы урбанизации». В 2017 г. Национальный совет по науке и технике США выпустил Федеральный стратегический план «Умные города и сообщества: Совместное освоение инноваций».

Цифровые торговые атташе США размещены в 100 американских городах и более чем 70 странах мира, охватывая 12 ключевых для Америки рынков. За последние пять лет торговые «миссии умного города», подхваченные у США Великобританией, Израилем, Тайванем, Голландией, Канадой, Испанией и другими странами стали одним из центральных институтов ведения международного бизнеса.

Пользуясь поддержкой властных институтов, концепция умного города развилась в ценностно-нормативном ключе и приобрела статус бизнес-идеологии, «специфической формы сказочничества в мире планирования» [Söderström, Paasche & Klauser, 2014: 307]. Заинтересованность бизнеса понятна. До наступления пандемии коронавируса, годовые темпы роста глобального рынка умных городов оценивались в 18–25 %, а его размер к 2025 г. – от \$250 млрд до \$2,5 трлн. Предполагаемые к 2025 г. размеры рынка глобального «интернета всего» – 44,8 триллиона долларов. Упустить такую прибыль корпорации не могут.

Провозглашая веру в способность, техники разрешить задачи социально-экономического характера, идеология умного города замалчивает его суть как инструмента капиталистического накопления и перераспределения ресурсов. Ориентация на развитие благосостояния людей подменяется критерием технической новизны, который поначалу ещё привязывается к желаемому благосостоянию, а потом и вовсе воспринимается как самоцель. Цифровизация предлагается в качестве главного инструмента обеспечения трёх составляющих корпоративного видения умного города: «качества жизни, конкурентоспособности и устойчивости» [16]. Отказ от серьезного обсуждения альтернатив превращает одну из возможных стратегий управления в единственно возможную.

Ряд учёных полагает, что информационное общество «представляет собой скорее политическую программу, чем теоретическое понятие» [10]. События превратить умные города в политическую программу достаточно велик и напрямую связан с групповым интересом элит. Корпоративные представления об умном городе включают в себя не только повышение конкурентоспособности экономики (путём снижения доли заработной платы), поддержание экологически устойчивой среды обитания (для привлечения таланта и жизнеобеспечения самих элит) и создание новых рабочих мест (за счёт фрагментации и поляризации трудовых ресурсов). Непременной чертой умного города должен стать всеохватывающий сбор и анализ данных, при котором потоки информации, в том числе и личного характера, получаемые от органов власти, коммерческих и некоммерческих организаций, учебных учреждений и отдельных граждан будут объединены в «общий массив



данных для принятия более эффективных решений» в интересах бизнеса. Отчуждение информации, сопровождающее и подкрепляющее отчуждение труда, будет усиливать антидемократические тенденции постфордистской регуляции. Идеал абсолютно прозрачного, насквозь просматриваемого города, своего рода информационного паноптикума, не может не настораживать. Как показали разоблачения Эдварда Сноудена и «Викиликс», разворачивание новых систем слежения и угроза информационно-технократического контроля за личностью – не плод воображения, а конкретный риск сегодняшнего дня.

Одним из ярких феноменов мировой политики XXI века является фрагментация и пространственно-институциональное переформатирование мирового капиталистического центра. Этот процесс, вырастающий из неолиберальной глобализации 1990-х гг., выводит на передний план глобально эшелонированную сеть городов-регионов. Глобальные города, понимаемые как особые негосударственные акторы мировой политики, позиционируются в качестве основополагающего звена всемирной системы транснациональных отношений. Отличительной чертой глобального города является его коннективность и узловое расположение в сети взаимодействующих между собой политико-экономических и культурных центров.

Технологическая насыщенность глобального города делает его «умным» по определению. Однако не все умные города глобальны в том же смысле, что и мировые города Альфа-группы. Умные города и поселения местного и регионального масштаба представляют собой проекцию идеи глобального города на периферии.

Политическая значимость концепции умного города проявляется в достигнутом ею статусе доминантного в науке и управлении дискурса. Воспринимаясь как нечто заведомо прогрессивное, понятие умного города теряет дескриптивность, трансформируется в ценностно-нормативный конструкт, становится элементом культурной гегемонии позднего капитализма.

Исходя из теоретико-методологических посылок французской школы регуляции, мы предположили, что переход к системе глобального управления с опорой на возможности всепланетарной сети «продвинутых» городских центров отвечает потребностям постфордистского периода развития позднего капитализма. Оформляясь в качестве нового актора мировой политики, умные города оживляют инвестиционные возможности финансового капитала и сектора высоких технологий, преодолевают тенденции деиндустриализации развитых капиталистических государств и возрождают массово-индивидуализированное



потребление в пределах отдельных городов-регионов. По мере того, как нарастающие противоречия позднекапиталистического режима накопления делают национальные государства все менее управляемыми, активизируется поиск альтернативных моделей управления. Управление на основе пронизывающих городскую среду информационно-коммуникационных технологий, массового отбора информации и частно-государственного контроля за её использованием представляется сегодня одним из наиболее перспективных способов постфордистской регуляции. Основанная на концепции умного города идеология и стратегия управления отвечает требованиям постфордистского накопления капитала, а реализация этой стратегии способствует кристаллизации олигархических тенденций позднего капитализма.

Список литературы

1. Аганбегян А. Г. В преддверии структурных реформ и социально-экономического роста: куда идти? (размышления над книгой «Новое интегральное общество») // ЭКО. – 2017. – № 1. – С. 72-93.
2. Бурматова О. П. Концепция устойчивого развития умного города: экологический аспект // ЭКО. – 2021. – № 6. – С. 139-160. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2021-6-139-160.
3. Григорьев Л.М., Павлюшина В.А. Социальное неравенство как проблема экономической стратегии России // Мир новой экономики. – 2017. – № 3. – С. 58-71.
4. Ильченко М.С. Постфордизм в современном мире: новые вызовы и способы осмысления. Вместо вступления. В кн.: Постфордизм: концепции, институты, практики. – М.: Росспэн, 2015. – С. 4-17.
5. Молчанова В.А. От умного города к городу справедливому: проблемы устойчивого развития в условиях цифровой экономики // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – № 12. – С. 2371-2386. ISSN: 1994-6929.
6. Шмат В.В. Ресурсы в «западне» глобализации // ЭКО. – 2015. – № 7. – С. 163-178.
7. Acuto M., Morissette M. & Tsouros A. (2017). City diplomacy: Towards more strategic networking? Learning with WHO healthy cities // Global Policy. – № 8(1). – С. 14-22.
8. Antonelli G. & Cappiello G. (2017). Smart development in smart communities. Routledge.
9. Barber B. (2013). If mayors ruled the world: Dysfunctional nations, rising cities // Yale University Press.
10. Bechmann G. (2000). Concepts of information society and the social function of information. In: G. Banse, C. Langenbach, P. Machleidt, & D. Uhl (Eds.), Towards the information society: The case of Central and Eastern European countries. – P. 37-51. Springer.
11. Berg Janine. (Ed.) (2015). Labour markets, institutions and inequality: Building just societies in the 21st century. Edward Elgar.
12. Boyer R. & Juillard M. (2002). The United States: Goodbye, Fordism. In R. Boyer & Y. Saillard (Eds.), Régulation theory: The state of the art. – P. 238-246. Routledge.
13. Concilio G. & Molinari, F. (2015). Living labs and urban smartness: The experimental nature of emerging governance models. In A. Vesco & F. Ferrero (Eds.), Handbook of research on social, economic, and environmental sustainability in the development of smart cities. – P. 98-111. IGI Global.



14. DeSilver D. (2018). For most U.S. workers, real wages have barely budged in decades. Pew Research Center, Fact Tank: News in the Numbers, August 7, <https://pewsrc.ch/2nkN3Tm>
15. DiMuzio T. & Robbins R. (2020). Capitalized money, austerity and the math of capitalism // Current Sociology. – № 68(2). – С. 149-168.
16. Eggers W. & Skowron J. (2018). Forces of change: Smart cities. Deloitte Insights, 22 March. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/smart-city/overview.html>
17. Florida R. (2017). The economic power of cities compared to nations. CityLab, March 16. – URL: <https://www.citylab.com/life/2017/03/the-economic-power-of-global-cities-compared-to-nations/519294/>
18. Freeman R.E., Martin K. & Parmar B. (2007). Stakeholder capitalism. Journal of Business Ethics. – № 74(4). – С. 303-314.
19. Herrschel T. & Newman P. (2017). Cities as international actors: Urban and regional governance beyond the nation state. – Palgrave Macmillan, 2017
20. Jessop B. (1993). Towards a Schumpeterian workfare state? Preliminary remarks on post-Fordist political economy // Studies in Political Economy. – № 40(1). – С. 7-39.
21. Jessop B. (2018). Neoliberalism and workfare: Schumpeterian or Ricardian? In D. Cahill, M. Cooper, M. Konings & D. Primrose (Eds.), The SAGE handbook of neoliberalism (P. 347-358). Sage Reference.
22. Rosenau J.N., Czempel E. O. & Smith, S. (Eds.). (1992). Governance without government: order and change in world politics // Cambridge University Press.
23. Sassen S. (2005). The global city: Introducing a concept. The Brown Journal of World Affairs. – № 11(2). – С. 27-43.
24. Schaffers H., Komninos N., Pallot M., Trousse B., Nilsson M. & Oliveira A. (2011). Smart cities and the future internet: towards cooperation frameworks for open innovation. In: J. Domingue et al. (Eds.). – The Future Internet. FIA 2011 // Lecture notes in computer science. – Vol. 6656. – P. 431-446. Springer.
25. Slaughter A.-M. (2004). Disaggregated sovereignty: Towards the public accountability of global government networks // Government and Opposition. – № 39(2). – С. 159-190.
26. Söderström O., Paasche T. & Klauser F. (2014). Smart cities as corporate storytelling // City. – № 18(3). – С. 307-320.
27. Spierings, B. & Van Houtum H. (2008). The brave new world of the post-society: The mass-production of the individual consumer and the emergence of template cities // European Planning Studies. – № 16(7). – С. 899-909.
28. Stiglitz, J. (2013). Inequality is holding back the recovery. The New York Times, January 19. – URL: <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/01/19/inequality-is-holding-back-the-recovery/>
29. Vidal M. (2013). Fordism and Post-Fordism. In V. Smith (Ed.) // Sociology of work: An encyclopedia. – P. 290-294. Sage Reference.
30. Vidal M. (2019). Geriatric capitalism: Stagnation and crisis in western capitalism. In M. Vidal, T. Smith, T. Rotta & P. Prew (Eds.), The Oxford handbook of Karl Marx. // Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190695545.013.34.
31. Woodley D. (2015). Globalization and capitalist geopolitics: Sovereignty and state power in a multipolar world. Routledge.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Морозов М.А.

*доктор экономических наук,
профессор кафедры гостиничного и туристического менеджмента
Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова*

Описаны принципиально новые подходы к организации взаимодействия между всеми участниками туристского рынка с учётом кардинальных изменений, происходящих в сфере туризма. Показано, что в условиях современной реальности развития туризма главенствующим видом становится внутренний туризм. С учётом ухода с российского рынка многих систем бронирования необходимо формировать национальную информационную систему обеспечения туристской деятельности. Автор предлагает формирование национальной цифровой экосистемы туризма и гостеприимства на базе принципов государственно-частного партнёрства.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, цифровые экосистемы, цифровизация, цифровые технологии, санкции.

Одной из самых пострадавших сфер экономической деятельности в России в последние годы является туризм. Пандемия COVID-19 нанесла тяжёлый урон всей мировой индустрии туризма и гостеприимства, резко снизив объёмы туристских потоков и доходов от туризма. Кроме этого, негативного фактора на российский туризм влияют санкции, наложенные недружественными странами, включая ограничения по выдаче виз для российских граждан, создание неблагоприятного образа нашей страны на мировой арене и др. Многие зарубежные системы бронирования туристских и гостиничных услуг, такие как Booking.com, Airbnb ушли с российского рынка, также, как и ряд мировых гостиничных цепей. В этих условиях для обеспечения устойчивого развития сферы туризма необходимо находить новые формы взаимодействия всех участников рынка на базе применения современных цифровых технологий.

Важность информационно-коммуникационного сопровождения туристской деятельности сложно переоценить, ведь еще с начала 60-х г. XX века в туризме начали применяться глобальные системы бронирования, стали создаваться сайты туркомпаний, отелей, тем самым началось формироваться единое информационное пространство



туризма [1, с. 62; 2, с. 181]. Следует отметить, что уровень развития информационно-коммуникационного обеспечения как туристских дестинаций, так и отдельных предприятий туристской индустрии непосредственно сказывается на их конкурентоспособности и во многом определяется потребностями путешественников [3, с. 52].

С учётом того, что основным видом туризма сейчас является внутренний туризм, необходимо сформировать единое российское информационно-коммуникационное пространство в сфере туризма, которое бы объединило всех участников рынка. Идеология такого решения может базироваться на принципах создания цифровых экосистем, которые описаны в научных трудах зарубежных и российских учёных Gawer A., Cusumano M. [4, с. 420], Hein A., Schreieck M., Riasanow T. [5, с. 90], Song P., Xue L., Rai A., Zhang C. [6, с. 89], Tiwana A. [7, с. 4047], Лисовской И.А. [8, с. 8] и других.

Применительно к сфере экономической деятельности под термином экосистема обычно понимается взаимосвязанная совокупность сотрудничающих и конкурирующих компаний, которые создают и предлагают совместные продукты и услуги. Отличительной характеристикой экосистем является то, что они реализуют механизм сотрудничества для интеграции продуктов и услуг разных компаний в единый комплексный продукт (услугу), который обладает новыми потребительскими свойствами для клиентов. В экосистемах в полной мере реализуется принципа комплементарности (дополняемости), который заключается в том, что совместное участие в производстве продуктов и оказании услуг разных экономических субъектов приводит к появлению принципиально нового качества этих продуктов и услуг с точки зрения потребительной стоимости, гораздо полезнее для потребителя, чем продукты и услуги разрозненных компаний. Цифровые экосистемы обеспечивают синергетический эффект от взаимодействия всех участников цифровой платформы и позволяют за счёт комплементарности сформировать новое качество продуктов и услуг.

Цифровая экосистема представляет тесно взаимосвязанную и взаимозависимую группу экономических субъектов, которые работают на одной цифровой платформе и обеспечивают получение прибыли, совместное внедрение инноваций или достижение иных общих интересов.

Причиной трансформации традиционной формы организации экономической деятельности в экосистемную стала глобальная цифровизация, смена поколений, появление новых цифровых продуктов и услуг, снижение транзакционных издержек в цифровых экосистемах, что привлекает новых участников экосистемы.

Характерной особенностью цифровых экосистем является соблюдение принципа win-win (выигрыш-выигрыш), который состоит в том, что все участники цифровой экосистемы получают выгоду (выигрыш), например, выгода покупателя заключается в получении нового комплексного продукта или услуг, потребительские свойства которых выше всех существующих на рынке. Для продавцов и партнёров цифровая экосистема предоставляет дополнительный способ продвижения и коммуникации с конечным потребителем. Для владельца цифровой экосистемы (цифровой платформы) выгода генерируется за счёт совершаемых сделок и предложения дополнительных услуг.

За счёт синергетического эффекта взаимодействия компаний в рамках цифровой экосистемы создаётся новое качество продуктов и услуг, обусловленное комплементарностью. Важнейшим преимуществом экосистем является обеспечение доступа к продуктам и услугам различных производителей через единую цифровую точку доступа, что обеспечивает дополнительный комфорт с точки зрения информационно-коммуникационного взаимодействия производителя и потребителя товаров и услуг.

Важной характеристикой цифровых экосистем является наличие огромного массива информации (Big Data), который при определённой аналитической обработке может служить источником новых знаний о покупателях, партнёрах, рынках. Технологии искусственного интеллекта позволяют генерировать принципиально новую информацию и прогнозировать будущее поведение клиентов, делать прогнозные расчёты спроса и т. п. Получаемые знания имеют огромную ценность и могут быть успешно монетизированы за счёт создания более привлекательных для клиентов товаров и услуг, оптимального управления продажами и т. п. Такие данные позволяют создавать более сложные и точные представления об отдельных клиентах и помогают компаниям разрабатывать продукты (услуги), более адаптированные к их предпочтениям (персонализированные).

Цифровая экосистема позволяет создавать новую ценность создаваемых в их рамках продуктов и услуг, повышает конкурентные преимущества всех участников в отличие от тех компаний, которые работают вне экосистемы.

Технологической основой построения цифровых экосистем являются цифровые платформы. Под цифровой платформой понимается совокупность технологий, формирующих единое информационное пространство для цифрового взаимодействия экономических субъектов рынка с целью создания объединённого продукта или услуги. Другими словами, цифровые платформы информационно объединяют участников экономического рынка на взаимовыгодных условиях с целью создания новой ценности, которая не может быть создана вне этой системы, другими словами, в цифровой экосистеме в максимальной степени проявляется эффект комплементарности и синергии.



Организация взаимодействия всех участников туристской деятельности может быть описана с позиции экосистем. В национальную цифровую экосистему туризма необходимо включить набор сервисов, обеспечивающих формирование комплексной туристской услуги в соответствии пожеланиями путешественников. Цифровая туристская экосистема предполагает минимизацию транзакционных издержек за счёт ухода от услуг посредников, обеспечивая взаимовыгодное сотрудничество всех участников туристского рынка.

Концепция национальной цифровой экосистемы туризма должна строиться на принципах государственно-частного партнёрства и предусматривать как обеспечение государственных услуг в сфере туризма, так и коммерческих (рис. 1).

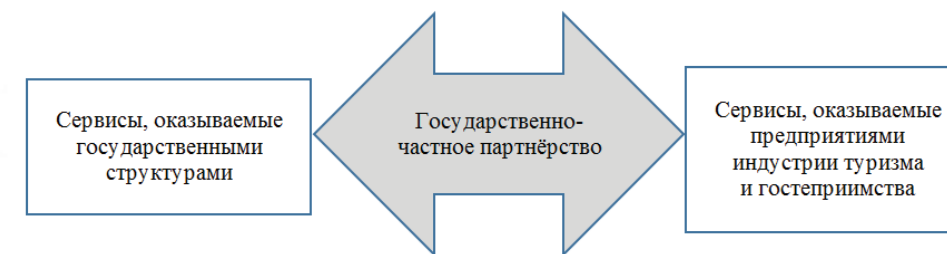


Рисунок 1 – Концептуальные подходы к созданию национальной цифровой экосистемы туризма и гостеприимства

Создание национальной цифровой экосистемы туризма и гостеприимства (НЦЭТГ) будет способствовать развитию внутреннего и въездного туризма, что вполне соответствует современной туристской политике нашего государства и тем задачам, которые поставлены и решаются в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Следует подчеркнуть, что в настоящее время туризм рассматривается как важнейший фактор в стратегиях регионального развития [9, с. 45; 10, с. 878]. Цифровая экосистема национального туризма обеспечит полный и исчерпывающий набор услуг, необходимых туристам, путешествующим по России. Ключевым достоинством будет то, что эти услуги будут доступны на единой цифровой платформе.

Необходимость создания национальной экосистемы туризма и гостеприимства усиливается в связи с тем, что с российского рынка ушли международные системы бронирования Booking.com и Airbnb. Этот освободившийся сегмент на рынке бронирования должна занять НЦЭТГ.

Список литературы

1. Морозова Н.С., Морозов М.М. Информационное сопровождение туристского бизнеса // Туризм и региональное развитие: сборник статей. – Смоленск: Смоленский гуманитарный университет, 2016. – С. 60-64.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Направления совершенствования информационного обеспечения предпринимательской деятельности в туристской и гостиничной индустрии с целью повышения их конкурентоспособности // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 33(4). – С. 180-184.
3. Морозов М.А. Маркетинговые исследования российского рынка туризма // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 50-64.
4. Gawer A., Cusumano M. Industry platforms and ecosystem innovation // Journal of Product Innovation Management. – 2014. – № 31(3). – P. 417-433.
5. Hein A., Schreieck M., Riasanow T. et al. Digital platform ecosystems. // Electron Markets. – 2020. – № 30, – P. 87-98.
6. Song P., Xue L., Rai A., Zhang C. The ecosystem of software platform: A study of asymmetric cross-side network effects and platform governance // MIS Quarterly. – 2018. – № 42(1). – P. 121-142.
7. Tiwana A. Evolutionary competition in platform ecosystems // Information Systems Research. – 2015. – № 18(1). – P. 7047.
8. Лисовская И.А. Цифровые экосистемы: особенности, преимущества, недостатки // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. – 2021. – № 3(51). – С. 5-17.
9. Morozov M.A., Morozova N.S., Morozov M.M., Moldazhanov M.B. Innovative development of the regional economy. Semey, PC «Intellect». – 2019. – 104 p.
10. Morozov M.A., Morozova N.S., Belyanskiy V., Belyanskaya O., Yudina T. Tourism development of Russian territories: competitiveness, effectiveness and sustainability // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – Т. 8. – № 4(20). – С. 875-881.

© Морозов М.А.

УДК 331.5

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ОБРАЗОВАНИЕ» В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Морошкина М.В.

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник,
Институт экономики Федерального исследовательского центра
«Карельский научный центр Российской академии наук»

Мурашкина Л.В.

кандидат экономических наук, доцент кафедры
экономики, управления производством и
государственно-муниципального управления
института экономики и права,
Петрозаводский государственный университет

В рамках данного исследования оцениваются изменения, происходящие в системе образования и анализируются последствия трансформационных преобразований. Основной целью является изучение функционирования образовательной системы и определение основных её проблем. В рамках проводимых аналитических работ используются статистические данные Росстата, а также информация, представленная в открытых источниках. Методика исследования опирается на использование методов системного и комплексного анализа, позволяющая рассмотреть процессы трансформации и развития системы образования более структурировано. В исследовании важное значение отводится рассмотрению государственной поддержки реализации национальных проектов, которые позволяют привести систему образования в соответствие с потребностями и запросами общества. Полученные в исследовании результаты могут быть использованы для написания программных и стратегических документов развития системы образования Российской Федерации.

Ключевые слова: развитие, национальный проект, система образования.

Введение. Процесс формирования развития человеческого капитала в современных условиях является многоаспектным и происходит под влиянием различных факторов. Одним из основных факторов выступает система образования, важной задачей которой является создание и качественное развитие различных направлений для экономики [1]. На современном этапе система образования Российской Федерации представлена как совокупность взаимосвязанных и взаимодополняющих структур, обеспечивающих процесс развития человеческого капитала, совершенствования информационных и интеллектуальных ресурсов и т. д. [2].

Вопросам развития человеческого капитала уделяется особое значение, в рамках поставленных стратегических задач. Направления обеспечения научно-технологического и социально-экономического развития основываются на процессе создания условий и возможностей для развития и реализации образовательных потребностей населения, что представлено в Указе Президента №204 от 7 мая 2018 г. [3].

Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [4] определили основные цели и задачи и программно-целевой механизм реализации развития образовательной системы. Программно-целевой механизм включает функционирование национальных проектов, основная цель которых обеспечить устойчивый рост экономики в результате повышения эффективности использования человеческого капитала и решения социальных проблем.

С 2019 г. в рамках поставленных стратегических задач разработано 12 разнотипных Национальных проектов, включающих «Демография», «Здравоохранение», «Образование» и т. д., обеспечивающих достижение стратегических целей и целевых показателей развития экономики государства.

Национальный проект «Образование» представляет программно-целевой формат управления образовательной системой. Сформированная методика является новой формой управленческого подхода, который реализуется механизмами государственной политики в области образования. На данном этапе проект представляет комплекс мероприятий, которые определяют изменения, происходящие в системе образования, имеющие структурные и содержательные направления, технологические преобразования, структуре управления, изменение организационно-правовых форм субъектов образовательной деятельности и т. д.

Составляющие национальный проект «Образование» позиции включают «Современная школа», «Успех каждого ребенка», «Поддержка семей, имеющих детей», «Цифровая образовательная среда», «Учитель будущего», «Молодые профессионалы (повышение конкурентоспособности профессионального образования)», «Новые возможности для каждого», «Социальная активность», «Экспорт образования» «Социальные лифты для каждого» [5, 6, 7].

Созданные федеральные проекты призваны обеспечить эффективность развития различных направлений, в том числе, системы образования в Российской Федерации в целом и российских регионах в частности.

Результаты. По данным статистики на начало 2020–2021 учебного года численность обучающихся составила более 30,5 млн человек. Динамика изменений в структуре обучающихся крайне неодинакова по различным уровням образовательных программ. Обучающиеся дошкольного образования показывают устойчивые тенденции незначительного уменьшения (табл. 1).

Таблица 1

Численность воспитанников организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам дошкольного образования
(на конец года; тыс. чел.)

Территория	2005	2010	2015	2018	2019	2020
Российская Федерация	4 530,4	5 388	7 151,6	7 582,4	7 606,7	7 442,90
Северо-Западный федеральный округ	496,2	572,3	718,2	767,6	773,9	762,8
Республика Карелия	29,2	31,1	35,3	34,6	34,2	32,9

Примечание: * – данные Росстата

Статистические данные показывают сокращение численности воспитанников организаций, осуществляющих образовательную деятель-



ность по программам дошкольного образования. Исследователями отмечается незначительное снижение показателя рождаемости с 2018 г. привело к небольшому сокращению численности воспитанников.

Обучающиеся в общеобразовательных организациях показывают прирост, что объясняется демографическими изменениями в рамках возрастной структуры населения (рис. 1).

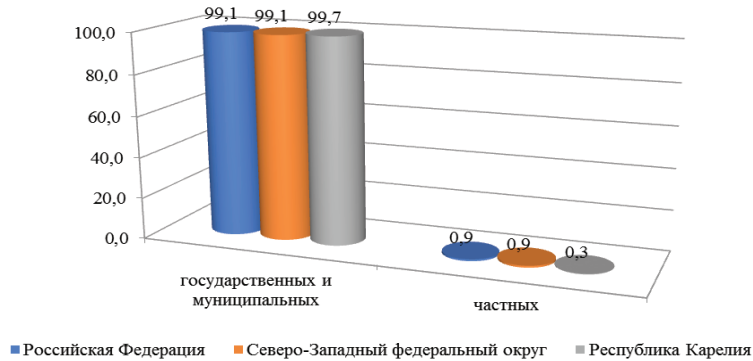


Рисунок 1 – Обучающиеся по образовательным программам начального, основного среднего общего образования на начало 2020–2021 учебного года

Численность обучающихся образовательных организаций среднего профессионального образования устойчиво прирастает, стоит отметить, что прирост имеет место быть в государственных и муниципальных организациях. Количество обучающихся в частных организациях имеет тенденцию к снижению.

Численность обучающихся в образовательных организациях высшего образования сокращается на протяжении исследовательского периода (табл. 2).

Таблица 2

Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры
(на начало учебного года; тыс. чел.)

Студенты организаций, всего	2005/2006	2010/2011	2015/2016	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Российская Федерация	7 064,60	7 049,80	4 766,50	4 161,70	4 068,30	4 049,3
Северо-Западный федеральный округ		712	464,6	418,5	418,9	424,2
Республика Карелия	24,1	23,6	14,3	11,5	10,9	10,8

Примечание: * – данные Росстата

Полученные результаты по численности обучающихся в образовательных организациях высшего образования является следствием реализации стратегических изменений системы образования, заданных национальным проектом.

Тенденция к снижению численности студентов наблюдается в частных образовательных организациях (рис. 2).

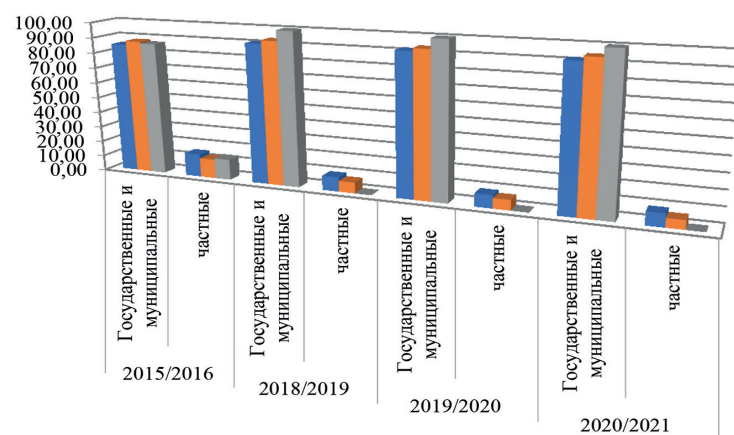


Рисунок 2 – Численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры (на начало учебного года; тыс. чел.)

Полученные результаты по оценке численности студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в динамике показывают незначительное сокращение численности обучающихся в государственных и муниципальных образовательных организациях, и существенное снижение в частных организациях.

Результаты, представленные в рамках проведенного исследования, позволяют говорить об изменении образовательной системы на всех уровнях образования.

Функционирование национального проекта «Образование» создаёт условия для инфраструктурных мероприятий. В рамках федерального проекта «Современная школа» проводится строительство новых образовательных организаций, обновление материально-технической базы и т. д. Появление центров образования «Точка роста», направленных на развитие цифрового и гуманитарного профиля, расположенных в небольших городах и сельской местности.

Федеральный проект «Успех каждого ребенка» обеспечил образовательные организации материально-технической базой для спортивных и физкультурных занятий.

Проект 500+, позволяет развивать методическую и ресурсную базу общеобразовательных организаций, показывающих низкие образовательные результаты.

Анализ реализации национального проекта «Образование» и по другим федеральным проектам подтверждает инновационный, системный характер запланированной модернизации системы образования.

Однако, наряду с позитивной оценкой, следует обратить внимание и на сложности и проблемы. Одной из основных проблем развития системы образования является её недостаточное финансирование (рис. 3).

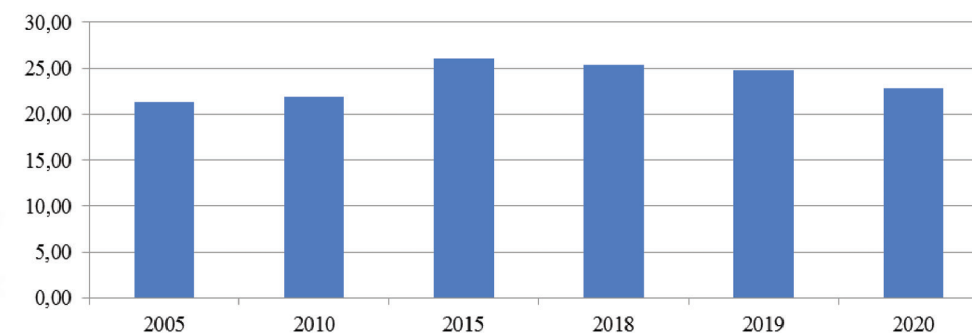


Рисунок 3 – Расходы консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации (в процентах к итогу)

Суммарные расходы на образование в среднем составляли 20–23 %, от общих расходов консолидированного бюджета. Оценка расходов на образование в ВВП в 2020 г. составили 4,6 %, по результатам расчётов сборника «Индикаторы образования», подготовленном Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ совместно с Минобрнауки, Минпросвещения и Росстатом [8].

В рамках полученных результатов исследования показано, что сфера образования, является сферой нематериального вида производственной деятельности. Основным получателем результатов деятельности образовательной системы является государство, которое представляется основным источником финансирования, поэтому внебюджетные источники финансирования должны рассматриваться как дополнительные, а не как необходимые для выживания образовательных организаций.

Выводы. Выполнение стратегических задач, определённых в стратегических документах и Майских указах президента, определяет проектный подход. В рамках данного подхода проработанность и обоснованность проектов вызывает вопросы, которые наблюдаются в дублировании и несогласованности системных проблем, решение которых оказалось в разных нацпроектах.

Использование понятия «национальный» позволяет говорить об участии общественных и профессиональных организаций в процессах разработки, реализации, а также выполнении контрольных функций. В сложившихся условиях исполнения национальных проектов государство самостоятельно разрабатывает и руководит реализацией проектной деятельностью, а также определяет финансовую составляющую.

Недостатком нацпроекта является точечная и избирательная структура. Избирательность определяется выделяемыми грантами, а также наличием различий среди российских регионов возможностей освоения выделяемых финансовых ресурсов.

Реализация нацпроекта осуществляется в изменяющихся внешних и внутренних условиях: пандемия COVID-19, глобальные санкции, военная операция на Украине, все это сказывается на возможностях реализации задач и целей.

Список литературы

1. Гафурова А.А. Система образования как основополагающий фактор развития человеческого капитала и повышения уровня экономического потенциала региона (на примере Ульяновской области) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 13. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-obrazovaniya-kak-osnovopolagayuschiy-faktor-razvitiya-chelovecheskogo-kapitala-i-povysheniya-urovnya-ekonomicheskogo> (дата обращения: 08.08.2022).
2. Коваленко В., Борисенко М. Формирование и развитие человеческого капитала в непризнанных государствах // Актуальная социология. – DOI: 10.20542/2073-4786-2021-1-159-175.
3. Указ Президента РФ №207 от 07.05.2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на плановый период до 2024 года». – Официальный сайт Президента РФ.
4. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 18.08.2022).
5. Нацпроект «Образование». Министерство просвещения Российской Федерации. – URL: <https://edu.gov.ru/national-project/about/>
6. Современная система образования в России. Проблемы и перспективы. – URL: <https://moiprava.info/obrazovanie/obrazovanie-v-rf/655-sovremennaya-sistema-obrazovaniya-v-rossii-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 18.08.2022).
7. Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ред. от 03.08.2018). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 18.08.2022).
8. Государства в образовании становятся всё больше // Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5192784>. (дата обращения: 18.08.2022).

© Морошкина М.В., Мурашкина Л.В.

УДК 332

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ДИВЕРСИФИКАЦИЮ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ

Найденова М.С.

аспирант кафедры прикладной экономики
и экономической безопасности Белгородского государственного
национального исследовательского университета

Третьякова Л.А.

доктор экономических наук, профессор
Белгородского государственного национального
исследовательского университета

В данной статье рассматривается процесс включения цифровой экономики в аналитические рамки развития туризма регионов как перспективной вариативности региональных потенциалов, что позволит выделить основные факторы, влияющие на ключевые показатели эффективности и основные тенденции развития территорий. Рассматривается неоднородное влияние цифровой экономики на сегментированный рынок туризма в различных регионах. Стремительная перестройка рыночной экономики России в цифровом направлении обуславливает актуальность исследования.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, региональное развитие, современные технологии.

На сегодняшний день неоспорим факт структурной трансформации экономики, связанной с повсеместной интеграцией цифровых технологий в реальные экономические процессы. Трансформационные эффекты от внедрения информационно-коммуникационных технологий распространяются на все сферы социально-экономической деятельности, обуславливают необходимость всестороннего анализа и модернизации принципов управления инновационным развитием региональных экономических систем.

Цифровая экономика – один из главных трендов последнего десятилетия, зарождение которого можно связать с повсеместным распространением интернета в середине 1990-ых гг., с каждым годом усиливающимся. Данное направление стало острой темой исследований после того, как Д. Тапскотт впервые представил концепцию цифровой экономики в 1996 г. В 2016 г. страны G20 по развитию и сотрудничеству в цифровой экономике дали относительно авторитетное определение цифровой экономики: это ряд видов деятельности, которые опираются на цифровые знания и информацию, используют информационные сети в качестве носителя и достигают повышения эффективности и оптимизации экономической структуры за счёт эффективного использования информационных технологий [1, с. 739].

Понятие «цифровая экономика» сегодня не имеет единого представления у научной общественности, в результате чего важно представить основные определения исследуемого в данной статье экономического феномена:

1. тип экономики, характерной чертой которого является стремительное внедрение и использование цифровых технологий, а также всеобъемлющий сбор, хранение, обработка, трансформация и передача информации;
2. комплексная система социально-экономических и организационно-технических отношений, базирующихся на применении цифровых информационно-коммуникационных технологий;
3. многоуровневая организационно-техническая система в виде совокупности технических, инфраструктурных, организационных, программных элементов с взаимным использованием экономическими агентами для обмена информацией в условиях перманентного развития [4, с. 226].

В 2022 г. перед Россией как никогда остро стоит вопрос глобальной конкурентоспособности и национальной безопасности, и одну из главных ролей в решении данного вопроса играет развитие цифровой экономики в стране и применение цифровых технологий. Некоторые из элементов цифровой экономики уже успешно функционируют, в том числе в сфере регионального туризма. Цифровая экономика является движущей силой регионального развития туризма. Для изучения влияния цифровой экономики на развитие туристического потенциала регионов в статье используются данные за период 2019–2022 гг.

Стоит отметить, что, важнейшей частью туристического бизнеса стало использование информационных технологий, так как это стирает географические барьеры между потребителями и поставщиками услуг. На сегодняшний день туризм стал одной из крупнейших в мире отраслей, которая постоянно растёт с каждым годом в том числе благодаря использованию сети Интернет. Установлено, что цифровая экономика повсеместно оказывает стимулирующее влияние на российский туризм. Тесты на неоднородность показывают, что цифровизация систем оказала положительное влияние на туристический бизнес и рынок отдыха, а растущий уровень доли цифровой экономики в странах СНГ также способствовал развитию туризма в России.

Базисом для возникновения цифровой экономики послужило быстрое развитие цифровых технологий: искусственный интеллект, облачные вычисления и мобильная связь. Модернизация и повышение доступности для населения цифровых технологий способствовало их повсеместному распространению. Стоит отметить, что цифровая экономика помогает странам по всему миру изменить динамику экономического



развития и повысить общую факторную производительность. Многие страны уделяют особое внимание цифровой экономике и поощряют её как двигатель экономического развития. Поскольку цифровая экономика опирается на постоянно меняющиеся интернет-технологии с такими функциями, как инновации в промышленных моделях и инклюзивный рост, она станет областью с наибольшим потенциалом и самым быстрым развитием в будущем, выступая ключевым фактором в достижении быстрого экономического развития [3, с. 157].

Наряду с трансформацией способа восприятия и концепции потребления, большие данные, виртуальная реальность порождают новые модели туристического бизнеса, ускоряя инновационный сценарий функционирования туризма в регионах и формирование индивидуального режима потребления, что значительно способствует развитию индустрии регионального туризма высокого класса.

Россия является важным регионом, влияющим на развитие мирового туризма, благодаря своим богатым туристическим ресурсам и сильному потребительскому рынку. В 2019 году, несмотря на пандемию, число въездных туристов, прибывших в Россию, составило 12,1 миллиона. Внутренний объём туризма восстановился на 90 %. Общий объём поступлений от туризма составил около 5 млрд долларов США, что означает, что рынок въездного туризма России является растущим и конкурентоспособным на глобальном уровне. Страны-источники въездного туризма распределены по всему миру, и очевиден тот факт, что именно благодаря цифровизации и внедрению новых экономических проектов удалось достичь подобных показателей. Так, совершенствование цифровой экономики в различных регионах-источниках туризма не только способствует развитию выездного туризма, но и укрепляет связь туристической торговли между странами зарубежья и Россией. Установлено, что цифровая экономика различных стран-источников въездного туризма оказала положительное влияние на развитие российского туризма регионов, данное влияние сильно различается на различных сегментированных туристических рынках.

Цифровая экономика в основном обладает следующими характеристиками: во-первых, информационные элементы, от которых зависит цифровая экономика, в определенной степени неисключительны, и пользователи могут получать информацию и обмениваться ею по относительно низкой цене.

Во-вторых, в отличие от традиционных видов экономической деятельности, которые следуют закону убывающей предельной отдачи, расширение цифровых продуктов может обслуживать больше пользователей при «нулевых предельных издержках» и генерировать эффект сетевой добавленной стоимости.

В-третьих, цифровая экономика облегчает взаимодействие между производителями и потребителями регионов в режиме реального времени и способствует трансформации производственных моделей в сторону индивидуализации. В цифровую эпоху сетевое поведение потребителей можно отслеживать с помощью больших данных. Эти уникальные атрибуты цифровой экономики оказывают глубокое влияние на все сферы национальной экономики. Цифровая экономика способствовала развитию инноваций в промышленности, повышению эффективности региональных инноваций и корпоративной предпринимательской активности, что способствует формированию региональных конкурентных преимуществ в области инноваций [4, с. 222]. Распространение цифровой экономики облегчает проблему информационной асимметрии и повышает эффективность рынка.

В настоящее время цифровая экономика стала важным источником увеличения прибыли и роста производительности труда. Расширение возможностей России в применении цифровых технологий привело к расширению масштабов экспорта продукции, увеличению иностранных инвестиций и укреплению её позиций в глобальных производственно-сбытовых цепочках [2, с. 85].

Несмотря на вышеперечисленные преимущества, стоит отметить наиболее острые недостатки цифровой экономики, при которых её развитие приводит к формированию отраслевых монополий, что может помешать эффективной рыночной конкуренции и повышению уровня благосостояния потребителей. Кибербезопасность, отставание в институциональном строительстве и снижение способности координации действий с неформальными механизмами управления также искажают роль цифровой экономики.

Широкомасштабное применение информационных технологий является необходимым условием для того, чтобы цифровая экономика стимулировала развитие туризма. Инвестиции и формирование инфраструктуры цифровой экономики способствовали появлению инноваций в сфере регионального туризма и изменили отношения между производителями и потребителями регионов.

Так, крайне важно использовать возможности цифровой экономики для содействия устойчивому развитию туризма. На макроуровне цифровая экономика закладывает технологическую основу для развития туризма и стимулирует рост туристического спроса. На микроуровне цифровая экономика устанавливает и поддерживает взаимодействие между туристическими фирмами и потребителями, предоставляя высококачественные электронные услуги и обогащая потребительский выбор технологическими преимуществами [5, с. 9].



На сегодняшний день создано множество альтернативных туристических продуктов и услуг, которые повышают вовлечённость и удовлетворённость туристов. Несмотря на то, что цифровая экономика также оказывает негативное влияние на традиционный туризм, который может пострадать на ранней стадии применения новых технологий, специалистами отмечается возникновение необходимости для традиционного туризма повышать качество продуктов и услуг, что, в свою очередь, повышает удовлетворённость и последующую вовлечённость потребителя. Таким образом, очевидно, что цифровая экономика – важнейший аспект развития регионального туризма.

С активным внедрением современных технологий в туристической отрасли регионов появляются различные тенденции, к которым можно отнести:

- повышение темпов глобализации туристической сферы;
- формирование новых каналов сбыта;
- сокращение времени поставщика, предоставляемого услуги, и потребителей;
- возможность выхода туристических организаций в открытый доступ в интернет;
- совершенствование туристической деятельности регионов за счёт разработки и использования мобильных приложений, удовлетворяющих нуждам современного туризма.

Стоит отметить, что на сегодня существует достаточно много исследований смежных академических областей цифровой экономики и развития регионального туризма, что обеспечивает хорошую теоретическую базу данного исследования, но по-прежнему существуют следующие недоработки: во-первых, большая часть литературы сосредоточена только на общем влиянии цифровой экономики на туризм, понимание роли цифровой экономики в различных типах сегментированного рынка недостаточно ясно; в академических кругах достаточно мало исследований по конкретным странам и регионам, что позволило бы получить более развёрнутую картину.

Перспектива изучения влияния цифровой экономики на развитие регионального туризма состоит в последующем дополнении и модернизации системы показателей цифровой экономики в соответствии с последними тенденциями и практиками для повышения точности результатов измерений. Между тем, сравнительный анализ России и других развитых или развивающихся стран также расширит и обогатит исследовательскую область, связанную с цифровой экономикой и туризмом.

Список литературы

1. Багаева Н.У. Развитие цифровизации в индустрии туризма // Развитие региональной экономики в условиях цифровизации: сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет» / отв. ред. А.Х. Цакаев, З.А. Саидов, З.А. Арсаханова. – 2018. – С. 738-743.
2. Владыка М.С., Стрябкова Е.А., Гончаренко Т.В. Активизация применения цифровых технологий в финансовой сфере // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – Т. 14. – № 1. – СПб.: 2021. – С. 84-89.
3. Третьякова Л.А. Смещение вектора оценки регионального развития в сторону социальной составляющей // Научный журнал «Вестник Академии права и управления». – М.: – 2022. – № 2(67). – С. 154-158.
4. Audretsch D.B., Heger D. & Veith T. (2015). Infrastructure and entrepreneurship // Small Business Economics – № 44(2) – С. 219-230. DOI: 10.1007/s11187-014-9600-6.
5. Cricelli L. & Strazzullo S. (2021). The economic aspect of digital sustainability: A systematic review // Sustainability. – № 13(15). – С. 8241. DOI: 10.3390/su13158241.
6. Rui Tang Digital economy drives tourism development t– empirical evidence based on the UK.

© Найденова М.С., 2022

УДК 332.1

РАЗВИТИЕ АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ:
МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?**Никоноров С.М.***профессор экономического факультета
Московского государственного университета***Никонорова С.Ю.***инженер I-й категории экономического факультета
Московского государственного университета***Мочалов Д.С.***бакалавр экономического факультета
Московского государственного университета***Асарова А.***бакалавр
экономического факультета
Московского государственного университета***Дмитриев Б.***бакалавр экономического факультета
Московского государственного университета***Нагорный П.И.***бакалавр экономического факультета
Московского государственного университета*

В статье рассматриваются современные проблемы и перспективы развития арктического региона Российской Федерации. Авторы изучают и анализируют существующие проекты по развитию Арктической зоны в рамках модели «зелёной» экономики, а также рассматривают наиболее перспективные проекты для экологичного развития Арктики. Отдельно авторами рассматривается перспектива развития туризма в Арктической зоне.

Ключевые слова: арктический туризм, зелёная экономика, Арктика.

Сегодня туризм имеет невероятную значимость для успешного развития экономики и социокультурного обмена по всему миру. Туризм способствует увеличению доходов экономики, создаёт тысячи рабочих мест, обнажает необходимость постоянно совершенствовать инфраструктуру страны и способствует культурному обмену между иностранцами и гражданами. Арктический туризм представляет собой достаточно перспективное направление туризма. Это благоприятствует привлечению инвестиций и дополнительных средств в экономику страны.

В рамках развития арктического туризма есть потребность в культурной уникальности множества коренных народов и в защите дикой природы Арктики. Если говорить о том, какие проводятся туристические мероприятия, то можно отметить, что они включают в себя экскурсионные круизы на кораблях, посещение действующих научных станций и исторических хижин, круизы на небольших лодках, посещение объектов дикой природы и других диких мест, пешие походы, альпинизм, кемпинг и подводное плавание.

Рассмотрим ключевые проблемы развития арктического туризма. На данный момент число туристов в Арктике всё ещё относительно невелико по сравнению с другими частями мира. И туризму, несомненно, уделяется беспрецедентное внимание в арктических регионах. Гренландия не является исключением. Грамотный маркетинг в сочетании с растущим глобальным интересом к Арктике привёл к увеличению числа туристов и к одновременному росту политического и общественного интереса к туризму.

Хотелось бы привести пример того, как туризм связан с текущими социальными проблемами в области культурного наследия. В то время как байдарки все меньше и меньше используются для их первоначальной охотничьей цели, местные знания о них всё ещё присутствуют, и туристический интерес к путешествиям на байдарках неуклонно растёт. Становясь частью туристической деятельности и потенциальным бизнесом, местные знания не только мобилизуются, но и способствуют сохранению и переосмыслению культурного наследия.

В ближайшие годы крупные инфраструктурные проекты, частично вызванные желанием облегчить трансатлантический туризм, потребуют масштабных инвестиций. Мобилизация возможностей арктического туризма лишь подтолкнёт развитие регионов Арктической зоны. Также имеется необходимость наращивания местного потенциала в сфере туризма за счёт привлечения более молодых, критически мыслящих, нестандартных участников. Необходимо привлекать больше молодёжи и это поможет устойчиво развивать предпринимательство в Арктике, социокультурные связи.

Хотелось бы отметить, что конечная услуга туризма часто состоит из множества различных «вспомогательных услуг», таких как транспорт, проживание и питание. Поэтому для создания и предоставления туристических возможностей субъекты туризма полагаются друг на друга и должны работать вместе. Примером того, как предпринимательская деятельность и сотрудничество возникают в масштабах сообщества, может служить круизный туризм, в котором в небольших деревнях на севере Гренландии часто участвует вся деревня.

Развиваемый совместно, туризм обладает потенциалом для того, чтобы вдохновлять на новые способы осмысления местных проблем и взаимодействия с ними. На мой взгляд, образование, предпринимательство и развитие общин не являются вопросами, отделёнными от туризма, а скорее неразрывно связаны с ними и что новые возможности в каждой из этих областей могут быть разработаны совместно, а не по отдельности.

Развитие арктического туризма отличается определённой спецификой, которая может быть выявлена путём рассмотрения мировой практики. Арктика порой попадает в некоторые конфликты из-за конкуренции великих держав, но несмотря на это, её обычно описывают как зону мира и сотрудничества со времен окончания холодной войны. Такая характеристика позволила расширить концепцию безопасности при обсуждении региональных вопросов. Другими словами, больше внимания было уделено безопасности человека и последствиям изменения климата для региона.

Поскольку изменение климата делает арктические водные пути судоходными в течение длительных периодов времени, и по мере того, как соперничество великих держав становится актуальным стратегическим повествованием этого десятилетия, государства, похоже, начали борьбу за большую долю деятельности в Арктике, что касается и туризма в том числе.

В то время, как Россия и Соединённые Штаты начали наращивать своё военное присутствие в регионе, региональные и неарктические страны также стали принимать дополнительные меры и инициативы с простой целью расширения своего коммерческого присутствия в Арктике. Морской сектор тесно связан и с развитием туризма. Поэтому



многие страны пытаются развить предпринимательство в Арктике, так как оно является достаточно прибыльным, перспективным направлением развития экономики регионов [1].

Хотелось бы рассмотреть проблему необходимости расширения морского сотрудничества между четырьмя средними державами – Финляндией, Японией, Южной Кореей и Швецией, которые имеют важнейшие национальные интересы в морских делах региона, несмотря на общее отсутствие арктической береговой линии. Важно учитывать роль морского сектора в экономиках вышеперечисленных стран, они могут извлечь огромную пользу из разработки скоординированных рамок морского сотрудничества и способствовать развитию предпринимательского потенциала местных компаний [2].

Они могут использовать свой огромный опыт и ноу-хау в области судостроения, устойчивого развития и разработки автономных и интеллектуальных систем, чтобы внести свой вклад в создание более безопасных и расширенных морских и навигационных зон экономически эффективным способом. Таким образом, морское сотрудничество может помочь мобилизовать порядок проведения туристических поездок, то есть это может значительно повлиять на развитие арктического туризма и туристических и экскурсионных мероприятий.

Арктика интересна тем, что она полна дикой природы, нетронутых ландшафтов и культуры, и за последние годы наблюдается значительный рост туризма. Арктика становится всё более популярным местом для британских путешественников, как в качестве пассажиров круизных судов, так и на суше, наслаждающихся приключенческим туризмом. Великобритания продвигает безопасный и устойчивый туризм в нестабильной арктической среде и осознаёт, что изоляция некоторых районов Арктики в сочетании с суровыми условиями окружающей среды создаёт проблемы для безопасного туризма.

Рассмотрим перспективы развития арктического туризма в России. По мнению Бызовой Н.М., туристическая отрасль в регионах Арктической Зоны Российской Федерации находится в начале своего формирования. Для того чтобы сформировать конкурентоспособный кластер арктического туризма, следует изучить и оценить туристический потенциал [3].

Для его оценки необходимо рассматривать и мероприятия по устойчивому развитию Арктики, которые включают в себя и борьбу с изменением климата, и улучшение инфраструктуры регионов, а также интеграцию интернет-ресурсов с целью упрощения и повышения эффективности различных производств и технологий. В значительной степени эти мероприятия также позволяют реализовать цели, поставленные в национальном проекте «Экология» [5].

Развитие Арктической зоны стало одним из национальных приоритетов, что находит отражение в реализуемых национальных проектах и поиске возможных путей зелёного финансирования.

Общемировые инвестиции в Арктику уже сейчас оцениваются в 1 триллион долларов США. Значительные финансы приходят в Арктику, но картина инвестирования довольно неравномерна. Правительства России, Норвегии, Исландии и Гренландии (Королевство Дания) стремительно развивают данное направление, в то время как США и Канада участвуют в этом процессе значительно менее активно [6].

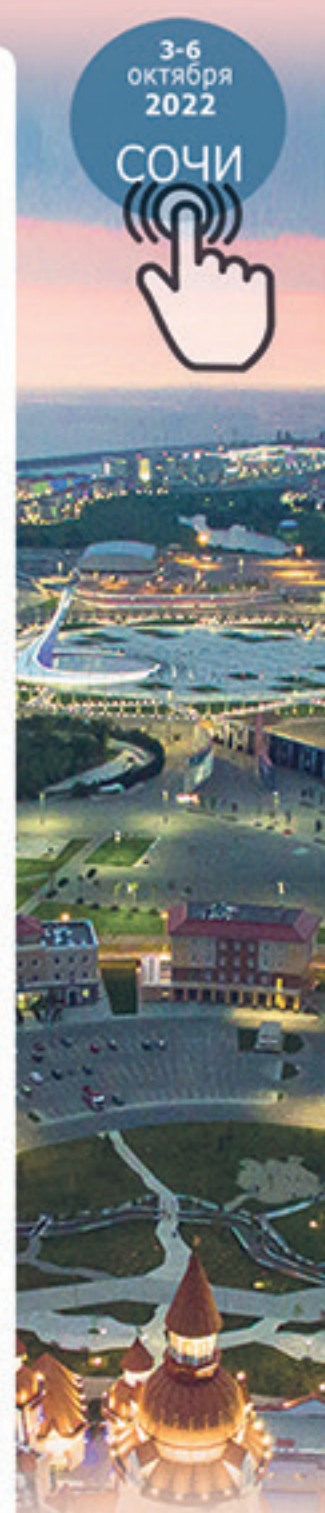
Эти тенденции могут быть частично связаны с различными политическими и экономическими принципами государств, заинтересованных в развитии Арктики. Россия имеет долгую историю государственных инвестиций в освоение Арктики, начиная с алмазных рудников Мирного вплоть до недавней модернизации Мурманского порта и алмазных рудников.

В настоящее время в России введены жёсткие требования по охране окружающей среды для предприятий, осуществляющих свою работу в Арктике; они вводятся на этапе проектирования любого нового производства. Необходимо распространить эти требования на существующие производственные мощности, чтобы поощрить владельцев этих предприятий для проведения модернизации и реконструкции.

Общеизвестно, что любая добыча и переработка полезных ископаемых негативно сказываются на окружающей среде, что сопровождается выбросами в атмосферу, образованием отходов и сточных вод. Высокие требования к чистоте арктических производственных проектов стимулируют компании работать с соблюдением всех экологических норм, применять современные технологии и финансы в природоохранной деятельности [4].

Таким образом, финансовые инструменты необходимы для регулирования деятельности компаний, которые проводят хозяйственную деятельность в Арктике. Это не принципиально новые институты в техническом отношении, а их отличие заключается в экологической составляющей. В современном мире широко распространены зелёные кредиты, а также другие инструменты зелёного финансирования (облигации, банки и зелёные фонды) [6].

Отсутствует всеобъемлющая законодательная база для оценки «зелёных» проектов, не установлена система проверки и сертификации зелёных облигаций и других финансовых инструментов; в нашей стране нет зелёных банков. Кроме того, реализация зелёных инициатив требует финансовых ресурсов, которых обычно не хватает в бюджете страны и местных бюджетах; так, для их эффективной реализации разрабатываются партнёрские программы. Зелёные финансы дают деньги на промышленное производство, главным условием которого является



смягчение антропогенного воздействия на окружающую среду и эффективное использование ресурсов.

Многие страны поощряют развитие рынка «зелёных» финансов на национальном уровне. Зелёные финансовые инструменты могут выступать не только как своего рода средство разработки и внедрения современных технологий, но и как необходимое условие для привлечения российских и иностранных инвестиций и защиты их от «неконкурентного» политического давления со стороны соседних стран, направленного на снижение экономического освоения российской Арктики. Репутационные потери конкурентов и «партнёры», которые могут пострадать от обвинений компаний и стран велики; цель их бизнеса и развития заключается в защите окружающей среды.

Российские банки могут заинтересоваться бурно развивающимся рынком торговли квотами на безопасную с точки зрения экологии добычу газа. В России есть прекрасная возможность создать финансовые фонды, такие как углеродное партнёрство в лесном хозяйстве и другие климатические инвестиционные фонды; их бюджет можно пополнить за счёт сокращения и продажи разрешения на безопасную с точки зрения экологии добычу газа. Широкие перспективы имеет применение механизмов зелёного финансирования для проектов энергоэффективности. Использование энергоэффективного утепления стен напрямую связано с сокращением выбросов парниковых газов за счёт сокращения тепловой энергии, затрачиваемой на отопление зданий и структуры. Средства, полученные от торговли квотами, могут быть перечислены в специальный экологический фонд и использоваться как зелёные инвестиции; их можно использовать для финансирования мероприятий по энергосбережению и сокращению выбросов парниковых выбросы. Эффективная реализация этого направления потребует внесения изменений в законодательство Российской Федерации.

Поскольку сегмент «зелёного» кредитования слабо представлен на российском банковском рынке, необходимо, чтобы приоритет «зелёной» экономики в развитии Арктики поддерживался решениями правительства, которые помогут интегрировать зелёную составляющую в финансовую систему региона, одной из многочисленных мер подобной поддержки являются национальные проекты «Экология» и «Туризм и индустрия гостеприимства», позволяющие осуществить множество проектов, направленных на развитие Арктического региона [5].

Специалистами ряда международных организаций был проведён SWOT-анализ, в рамках которого были изучены перспективы развития зелёной экономики в Арктической Зоне (табл. 1).

Таблица 1

**SWOT-анализ перспектив
развития зелёной экономики в Арктической Зоне**

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Существуют основы для более эффективного регионального управления. 2. Знания растут (как и инвестиции в создание и распространение знаний). 3. Сформированы хорошие модели инклюзивных процессов принятия решений. 4. Адаптивные и выносливые люди	1. Отсутствие базовых знаний и данных. 2. Процессы регионального управления недостаточно сильны для того, чтобы управлять развитием в устойчивом направлении 3. Недостаточно развитые механизмы подотчётности. 4. Недостаточная готовность к возможным несчастным случаям или катастрофам
Возможности	Угрозы
1. Потепление в Арктике может создать экономические преимущества – при правильном управлении. 2. Зелёная биоэкономика создаёт новые, устойчивые экономические возможности. 3. Инвестиций в инфраструктуру ещё совсем недавно были ограничены, исходя из принципа «делать хорошо сразу». 4. Экосистемное управление по-прежнему может быть информационной основой ключевых решений (до их принятия). 5. Данному направлению в мире придаётся всё большее значение.	1. Быстрое изменение климата. 2. Упадок экосистемы и каскадная смена режимов. 3. Напряжённость в региональной геополитике. 4. Модель экономического роста на основе добычи и эксплуатации. 5. Бедность и уязвимость коренных народов.

Положительные эффекты от освоения Арктики очевидны:

- политический эффект (противостояние с крупными игроками, не заинтересованными в освоении нашей страной арктического шельфа);
- экономический эффект (повышение экономической самостоятельности региона за счёт привлечения дополнительных ресурсов и инвестиций);
- социально-экономический эффект (создание новых рабочих мест в рамках освоения Арктики).

Решения по минимизации экологических рисков, которые откладывались в предыдущие годы, привели к накоплению отходов и загрязнению арктического региона [5].



Поэтому необходимо привлечение частного капитала на законодательном уровне в рамках государственно-частное партнёрство, чтобы стимулировать создание зелёных рабочих мест и освоение природных ресурсов в Арктике с упором на использование современных малоотходных и безотходных технологий производства и добыча углеводородов и других полезных ископаемых (например, с привлечением зелёного финансирования), а также участвовать в разработке программ экологического оздоровления территорий и их реабилитации. [5]

Для реализации этих задач требуется:

- дальнейшее развитие экологического законодательства;
- разработка и применение законодательных и финансовых инструментов для смягчения последствий изменения климата;
- разработка и продвижение технологий, решений, используемых для защиты окружающей среды, снижая уровень загрязнения воды, воздуха, почвы и позволяя повысить культуру отходов управление;
- внедрение современных технологий только после их апробации; это требует создания специализированных центров по их испытанию и сертификации с учётом климатических условий региона;
- реализация мероприятий по повышению энергоэффективности в Арктике;
- привлечение прямых российских и иностранных инвестиций;
- восстановление и реабилитация северных территорий;
- захоронение ранее накопленных промышленных отходов в Арктике.

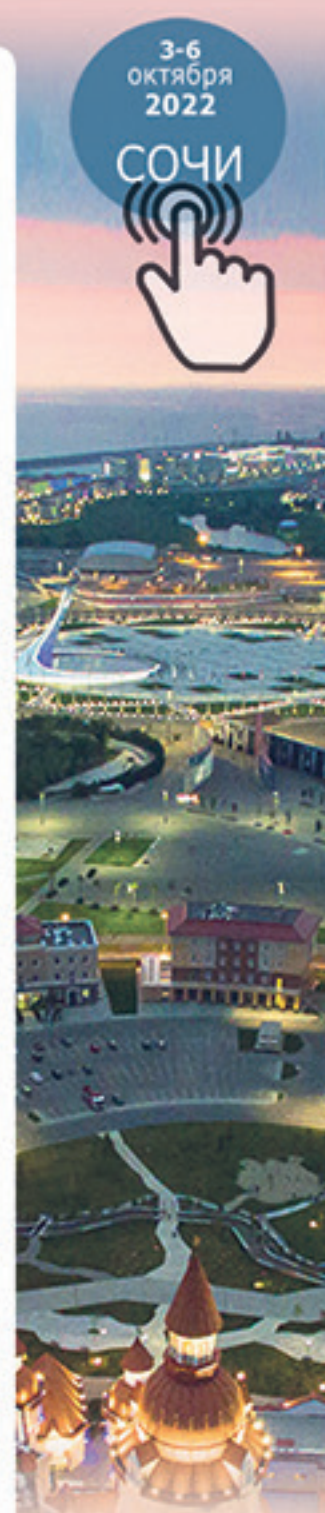
Таким образом, значение российской Арктики очевидно. Наличие разведанных запасов углеводородов и главное потенциальных ресурсов нефти и газа, возможность добычи других природных ресурсов, наличие Северного морского пути – всё это делает контроль над этим регионом геополитическим приоритетом России в условиях ограниченности ресурсов и истощения существующих месторождений в мире. Несмотря на удалённость от крупных населённых пунктов и сложные географические и климатические условия, Арктика является одним из наиболее динамичных и влиятельных регионов в мире, где коммерческая активность растёт из года в год. Изменение климата Арктики, вызванное многими факторами, в том числе и выбросом парниковых газов, может впоследствии повлечь за собой и изменения в структуре Северного Ледовитого океана и повлиять на погоду и климат в Европе. Комплексное освоение Арктического региона требует решения многих проблем; необходимо обеспечить баланс между экономическим развитием и обеспечением требований экологической безопасности при любом виде работ, а также минимизировать негативное воздействие промышленности на природу Арктики. Необходима разработка новых

нормативных актов для унификации и гармонизации действующего в Российской Федерации природоохранного законодательства на государственном уровне, в том числе для возможности полноценно реализовать потенциал национальных проектов «Экология» и «Туризм и индустрия гостеприимства» в регионе [5]. Также требуется повысить качество государственного управления, дать инвесторам реальные экономические стимулы для поощрения внедрения передовых низкоуглеродных конкурентоспособных технологий в производство, тем самым обеспечив переход от традиционной модели экономического роста к «зелёной» экономике. Зелёная экономика подразумевает изменения не только в экологической сфере; необходимо формировать новый технологический уклад. Политические, социальные и экологические преобразования вместе ведут к общей цели в концепции зелёной экономики – к устойчивому развитию человечества.

Список литературы

1. В Арктике обострился конфликт России и США // Lenta.ru URL: <https://lenta.ru/brief/2021/05/20/arctic/> (дата обращения: 16.07.2022).
2. Синергия средних стран Азии и Северной Европы может спасти Арктику // Go Arctic – URL: <https://goarctic.ru/politics/sinergiya-srednikh-stran-azii-i-severnoy-evropy-mozhet-spasti-arktiku/> (дата обращения: 03.07.2022).
3. Арктический туризм в России // Отв. редактор издания Ю.Ф. Лукин, редактор Е.А. Шепелев, составитель справочника по регионам Н.К. Харлампьева. Архангельск – Санкт-Петербург, – 2016. – 257 с. – URL: https://irsup.hse.ru/data/2016/07/27/1118894456/Arctic_tourism.pdf (дата обращения: 18.07.2022).
4. Арктическая политика России: международные аспекты. – М.: Изд. Дом высшей школы экономики, 2021. – 56 с. – URL: https://we.hse.ru/data/2021/04/29/1378588954/Arkticheskaya_politika_Rossii-doklad_FIN_1.pdf (дата обращения: 26.08.2022).
5. Гагиев Н.Н., Гончаренко Л.П., Сыбачин С.А., Шестакова А.А. Национальные проекты в арктической зоне российской федерации // АИС. 2020. – № 41. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-proekty-v-arkticheskoy-zone-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 14.07.2022).
6. Экономика современной Арктики: в основе успешности эффективное взаимодействие и управление интегральными рисками: монография / В.А. Крюков, Я.В. Крюков, С.В. Кузнецов [и др.]: под науч. ред. В.А. Крюкова, Т.П. Скуфьиной, Е.А. Корчак. – Апатиты: ФИЦ КНЦ РАН, 2020. – 245 с. (дата обращения: 12.07.2022).

© Никоноров С.М., Никонорова С.Ю., Мочалов Д.С.,
© Асарова А., Дмитриев Б., Нагорный П.И.



УДК 338.48

СОЗДАНИЕ НОВЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ»

Никанорова А.Д.

кандидат географических наук,
старший научный сотрудник кафедры
рекреационной географии и туризма географического
факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

Почивалова А.С.

аспирант кафедры рекреационной географии и туризма
географического факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

В статье рассмотрено современное состояние системы национальных парков России, а также её изменение после принятия национального проекта «Экология». Через исследование процесса создания четырёх новейших национальных парков проанализированы закономерности и общие проблемы в создании новых национальных парков, а также развитие на их территории экологического туризма.

Ключевые слова: национальный проект «Экология», национальный парк, система национальных парков России, заповедник, ООПТ, система ООПТ России, «Зигальга», «Кыталык», Самурский национальный парк, национальный парк «Салаир».

Всего в Российской Федерации в настоящее время функционируют 298 ООПТ федерального уровня общей площадью около 750 тыс. кв. км (75 076 011,8 га). 13,6 % территории страны (не считая морских акваторий) составляют ООПТ, что в мировом масштабе по сравнению с другими странами – самый высокий показатель. В 84 из 89 субъектах федерации есть ООПТ федерального значения. Из них 108 заповедников, 65 национальных парков и 62 государственных природных заказника (на 2022 г.).

Создание и реформирование ООПТ России происходит сегодня в рамках национального проекта «Экология», утверждённого по решению заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г. По проекту «Экология» предусматривается создание в 2019–2023 гг. 13 национальных парков («Самурский» в Республике Дагестан, «Зигальга» в Челябинской области, «Койгородский» в Республике Коми, «Токинско-Становой» в Амурской области и «Катылык» в Республике Саха уже созданы). Далее планируется создание национальных парков: «Тогул» и «Горная Колывань» в Алтайском крае, «Терский берег» в Мурманской области, «Тульские засеки» в Тульской области, «Долина реки Колпь» во Владимирской

области, «Виштынецкий» в Калининградской области, «Нижегородское Заволжье» – в Нижегородской области и «Вятка» – в Кировской области.

В 2021 г. президент России В.В. Путин заявил о создании к 2024 г. не менее 23 новых ООПТ [1], главным образом национальных парков и заказников.

Согласно дорожной карте национального проекта «Экология», число ООПТ федерального значения должно стабилизироваться к 2023 г., а к 2024 г. территории всех вновь созданным ООПТ должны быть внесены в единый реестр. Пока же система находится в фазе активного роста.

При этом впервые прописываются целевые показатели по количеству посетителей ООПТ. К 2024 г. по планам национального проекта он должен составить 7 891 человек. Уже сегодня понятно, что показатель будет перевыполнен: 2021 г. ООПТ России посетило более 10 млн человек, прирост в 6,4 млн в 2020 г. составил около 50 % [2].

Приоритетными территориями для развития экологического туризма должны становиться, согласно проекту, национальные парки. Поэтому именно созданию новых национальных парков уделяется особое внимание.

Первые национальные парки появились в 1983 году: Сочинский и Лосиноостровский, то есть в следующем 2023 г. истории национальных парков России исполняется всего 40 лет. Система национальных парков страны довольно молодая как по сравнению с зарубежными аналогами, так и по сравнению с системой аутентичной для России формы природоохраны (заповедники), которой в этом году исполнилось 105 лет.

Национальные парки как организационная единица – идея привнесённая и адаптированная, в отличие от появившейся в стране ранее организационной формы заповедников. Заповедники стали определённым символом российского подхода к охране окружающей среды, который изначально исключал любое использование заповедной территории, кроме научного. Сегодня же происходит некоторое размытие границ между заповедниками и национальными парками, на всех категориях ООПТ федерального значения разрешён и развивается туризм, а по степени его развития судят об эффективности управления и функционирования ООПТ.

Важно отметить, что не всегда реализация новых национальных парков идёт в соответствии с планом, и самые частые изменения происходят в сторону уменьшения реальной территории вновь организованных национальных парков по отношению к плановым показателям. Например, реальная площадь созданного в 2018 г. национального парка «Хибины» составила половину от планируемой [3, с. 15].

Сознвая проблемы чёткого следования плану создания новых ООПТ, которые проявили себя в предыдущих периодах, национальный проект «Экология» отошёл от указания названий предполагаемых территорий новых ООПТ. Фактически, были объединены задачи создания



новых и расширения территории существующих ООПТ в одну под формулировкой «увеличения общей площади ООПТ на 5 млн га».

В данной статье в рамках подхода «кейс-стади» от частного к общему последовательно будут рассмотрены самые новые национальные парки в системе ООПТ (созданные в 2019–2020 гг.) и предпринята попытка выделения общих для них особенностей.

«Зигальга»

Челябинская область. Дата создания: 18.11.2019.

Площадь: 45 661,6 га

Национальный парк «Зигальга» был создан в рамках реализации национального проекта «Экология», хотя идеи о создании национального парка на данной территории высказывались с 1997 г. Руководство созданием и управлением организационной структуры было возложено на юридическое лицо национального парка «Таганай».

История данного парка показательная за счёт того, что его не удалось создать сразу. Останавливающие создание парка опасения местных жителей были связаны с двумя основными факторами. Первый фактор – ограничение хозяйственной деятельности, а именно невозможность при создании охранной зоны набирать воду их рек, использовать дрова, рыбачить и охотиться. Второй фактор был связан с опасениями насчёт большого притока туристов, который негативно скажется на природной среде в результате чрезмерной рекреационной нагрузки и деградации экосистем. В качестве аргументов высказывались подобные процессы, уже происходящие на соседних территориях с охранным статусом, в частности в природном парке «Ирмель».

Особенно активно против создания национального парка выступало сообщество охотников, исконно использовавших данные земли как охотничья угодья.

До реализации национального проекта «Экология» правительству региона удавалось не единожды отклонять проекты создания национального парка «Зигальга». В 2017 г. «против» проголосовало 10 из 15 депутатов местного законодательного собрания [4].

Начальник отдела по развитию туризма Катав-Ивановского района аргументировал позицию о том, что создание национального парка не укрепит развитие туризма, а наоборот помешает ему.

Другой часто высказываемый аргумент – согласование интересов региональных и федеральных органов власти. Многие представители региональных органов считают, что инициатива должна исходить от них, так как именно на местах, а не в Министерстве природы в Москве, можно понять все особенности и нужды территории. Вырубка леса,

масштабно проходившая в 1990-е годы, больше не производится, и необходимость создания именно национального парка местные органы власти не видят. Более предпочтительным для них был бы статус памятников природы для узких и наиболее уникальных территорий.

Несмотря на противоречия и возражения местных жителей, с началом реализации национального проекта «Экология» национальный парк был создан. Тем не менее, возражавшим группам населения удалось отстоять изменения границ национального парка по отношению к проектируемому. Есть сведения об отправленном министром природных ресурсов и экологии РФ С.Е. Донским письма губернатору Челябинской области с требованием ускорения работ по созданию национального парка.

На данный момент парк функционирует, на сайте выложена информация о 2 экологических маршрутах, сообщается, что счет туристов с момента создания национального парка идёт в несколько тысяч.

«Кыталык»

Республика Якутия. Дата создания: 24.12.2019.

Площадь: 18 855 га

Данный национальный парк был создан на территории ДВФО путём повышения статуса территории [5, 6]. Главная его цель конкретна – сохранение и приумножение популяции стерхов («Кыталык» – название стерха на местном наречии).

Деятельность по охране природы на территории началась с 1970-х г. в сотрудничестве со многими международными организациями, в том числе из США, Китая и Японии. Благодаря этим проектам и сама птица стерх, и деятельность учёных приобрели определённую международную известность. В 1992 г. были созданы первые ООПТ регионального значения в целях сохранения двух очагов воспроизводства восточносибирской популяции стерха – заказники «Хрома» и «Елонь». В 1996–1997 г. территория получила международный статус, будучи признанной ключевой орнитологической территорией международного значения. ООПТ также была включена в международную сеть особо охраняемых местобитаний редких журавлей.

В 1998 и 2001 гг. происходило расширение территории, а в 2014 г. на базе уже существовавших структур создан государственный природный заказник республики Саха (Якутия), целью которого, помимо прочих, была впервые продекларирована организация научного и экологического туризма.

Отчёт о первых, действительно значительных, успехах в росте численности популяции стерхов был опубликован в 2019 г. по данным исследования СО РАН. Это подтвердило эффективность мер по охране природы и послужило научной основой для повышения статуса территории до национального парка.



Основой туристической деятельности национального парка является «бёрдвотчинг» – наблюдение за птицами. Представители национального парка утверждают, что, как правило, экскурсии совпадают с проведением научных исследований. Среднее количество туристов за 3 года существования национального парка: 2–3 в месяц, из них 5–10 человек из области научного туризма ежегодно. Разрешение на посещение территории нужно оформлять минимум за 4 месяца до предполагаемой поездки. Размещение туристов предусмотрено в гостинице на 20 мест в посёлке Чокурдах (за границами национального парка) или в частном секторе у местных жителей.

Парк также уделяет внимание просветительской деятельности, привлекая к участию в научно-исследовательской деятельности школьников, планируется создание экологических лагерей, школ и экскурсий. В разделе «местным жителям» рассказано о возможности для локального населения стать гидами-проводниками в сферах познавательного экологического туризма, спортивного туризма и этнографического туризма.

При анализе истории создания национального парка «Кыталык» не удалось найти попавших в общественное поле свидетельств недовольства местного населения из-за создания самого национального парка или развития туризма на его территории. В отличие от предыдущего, национальный парк можно считать ярким примером эволюционного развития территории ООПТ.

«Самурский»

Республика Дагестан. Дата создания: 25.12.2019.

Площадь: 48 273,15 га

Национальный парк на территории Самурского леса создан постановлением Правительства РФ от 25.12.2019 № 1839 на территориях Ахтынского, Дербентского, Докузпаринского и Магарамкентского районов. Часть уже существовавшего государственного природного заказника федерального значения «Самурский» вошла в состав национального парка. Национальный парк состоит из 2 кластеров: «Шальбуздаг» и «Дельта Самура». В обоих кластерах населённые пункты вынесены за пределы территории национального парка. Единственное село в границах, Ухул, является фактически необитаемым с 2010 г.

На непосредственное создание национального парка ушло более 3 лет. О необходимости защиты и особом статусе Самурского леса, который является одним из 5 древнейших лесов России с сохранившимися реликтовыми лиановыми зарослями, местные жители ярко заявили в 2013 г. Опасаясь за сохранность леса, жители вышли на протесты против строительства водозаборной станции, а в 2016 г. подписали петицию В.В. Путину с просьбой оказать содействие в защите Самурского

леса. В 2019 г. президент РФ анонсировали создание в Дагестане нового национального парка [7].

Создание данного парка иллюстрирует также распространённую сегодня практику создания национальных парков благодаря волеизъявлению и обращению внимания к территории инициативных групп, будь то депутаты, представители бизнеса или организованные группы граждан.

Также данный парк является прямым выражением кластерного подхода. Он не имеет единой территории и состоит из двух удалённых друг от друга участков.

«Салаир»

Алтайский край. Дата создания: 15.09.2020.

Площадь: 1 612,2 га

Этот самый молодой национальный парк в РФ, которому сейчас чуть более 2 лет, создан в рамках исполнения задач национального проекта «Экология». Национальный парк здесь создан с целью сохранения реликтовых систем пихтово-осиновых лесов, а также для сохранения редких экосистем: кедровых лесов, реликтовых широколиственных лесов, экосистем лесостепей, дождевого червя – представителя реликтовой (существовавшей до периода оледенения) фауны.

Идея создания первого в Алтайском крае национального парка существовала давно, периодически обсуждаясь уже на протяжении 20 лет. До практической же реализации проекта удалось прийти, по словам заинтересованных сторон, при помощи личной инициативы депутатов и общественных представителей краевого Министерства природы. Непосредственно постановление о создании национального парка было подписано после личной встречи руководителя Алтайского отделения «Народного фронта» Сергея Войтюка с Президентом РФ В.В. Путиным [8]. То есть, при создании данного национального парка присутствовали лоббистские интересы и практики, которые были поддержаны исходя из необходимости придерживаться плана по созданию новых национальных парков в рамках нацпроекта «Экология».

В период своего становления Салаир столкнулся с проблемой запаздывающего финансирования, когда выделенные из бюджета средства доходили с большим опозданием, что позволило нанять в штат только 6 из планировавшихся 35 инспекторов для осуществления экологического мониторинга территории.

При создании национального парка также выходили в публичное пространство протестные настроения местных жителей, опасавшихся ограничений на посещение леса, сбор грибов, рыбалку и охоту. Пока что регламентом парка из данного списка запрещена только охота, но для посещения территории нужно в обязательном порядке отмечаться у инспекторов.



Туристические маршруты в парке «Салаир» активно создаются в сотрудничестве с местным населением на территории парка, а также разрабатываются просветительские программы на прилегающей территории. Об этом доложила в рамках конференции «Экологический туризм: современные векторы развития», проходившей в Екатеринбурге 25–27 апреля 2022 года, Зяблинцева М.В. Однако также в рамках доклада «Перспективы развития устойчивого экологического туризма в национальном парке «Салаир» была отмечена ограниченность туристско-рекреационного потенциала территории национального парка в связи с отсутствием больших знаковых объектов показа. Флора и фауна Салаира характеризуется как типичный ландшафт, имеет ценность для охранных и научных целей, однако по эстетической привлекательности часто уступает другим территориям, не входящим в национальный парк.

В общественном поле часто создается представление о том, что создание нового национального парка – предприятие всегда выгодное и поддерживаемое местным сообществом. Однако если углубиться в исследование процесса возникновения национальных парков, в их основе очень часто лежали конфликты и значимые группы населения выступали против подобных инициатив. Розалин Даффи посвятила целую монографию теме убийств в целях консервации природы и создания особо охраняемых природных территорий (Killing for conservation: wild life policy in Zimbabwe). Можно назвать множество других примеров из разных стран и исторических периодов.

Однако причины, по которым жители не хотят создания национального парка на своей территории или вблизи её, в разные исторические периоды и в разных ситуациях были разными.

Все рассмотренные кейсы индивидуальны, однако в них прослеживаются общие черты. Можно увидеть, что есть определённый план по созданию территориальной сети национальных парков, но не всегда по нему удается чётко следовать. В создании новых национальных парков на современном этапе много конъюнктурных моментов, краткосрочных интересов и лоббирования заинтересованных сторон. При подобном стихийном создании сети национальных парков и давлении на них со стороны необходимости исполнения плана национального проекта «Экология» новые маршруты и туристическая инфраструктура также создаются стихийно, в краткие сроки, иногда без времени на достаточную проработку и научное обоснование.

При наличии на проектируемой территории национального парка поселений крайне вероятны конфликты с местным населением в процессе создания парка, от силы которых во многом зависит возможность воплотить проект в своем изначальном виде.

В ходе анализа создания данных национальных парков выявлены основные опасения и аргументы «против» создания их создания со стороны местных сообществ:

- Отсутствие достаточной уникальности территории для создания заповедника/национального парка
- Ущемление интересов местных жителей и находящихся на территории производств.
- Несогласие с подчинённым положением и необходимостью принятия всех решений, исходящих из Москвы.
- Опасения за молодёжь района, которая не будет иметь возможности работы на предприятиях территории и будет вынуждена уезжать в другие регионы.
- Отсутствие научного обоснования создания и национального парка на территории земель старого освоения.
- Опасения насчёт негативного влияния туризма на территорию и местные сообщества.

Наиболее успешными можно назвать проекты тех территорий, где названные аргументы выражены в наименьшей степени. Это те территории, где есть объекты охраны, закрепившиеся в народном сознании как уникальные (например, Самурский лес в Дагестане, или стерх в национальном парке «Кыталык»), и при этом нет поселений непосредственно на территории проектируемых национальных парков. Проекты территориальной охраны типичных ландшафтов и включения в границы ООПТ населённых пунктов вызывают наибольшее сопротивление.

Наиболее устойчивым и предсказуемым можно назвать эволюционный способ создания национальных парков («Кыталык») как логичной ступени достигнутых успехов в охране природы, которые теперь, при стабилизации численности популяции вида, можно показывать экотуристам.

Список литературы

1. Число посетивших заповедники и нацпарки в РФ в 2021 г. увеличилось на 50 % 19.01.2022. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84721>.
2. Шаяхметов А. Национальные парки России: туризм, экология или PR? 18.11.2021. – URL: <https://regnum.ru/news/3426679.html>
3. Стишов М.С. Развитие федеральной системы особо охраняемых природных территорий России в период 2009–2018 гг. и его дальнейшие перспективы. – М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF), 2020 г.
4. Салахова Е. Нацпарк: быть или не быть? Почему катавивановцев пугает новый статус территории // Губерния, Челябинская область, 27.04.2017. – URL: <https://gubernia74.ru/articles/society/1080061>.
5. Постановление правительства Российской Федерации от 24.12.2019 №1807 «О создании национального парка «Кыталык».
6. Приказ министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 28.09.2020 № 741 «Об утверждении Положения о национальном парке «Кыталык».
7. Путин анонсировал открытие нацпарка в Дагестане // Кавказский узел. 20.02.2022. – URL: <https://www.kavkaz-uzel.eu/articles/331999>.



8. Нацпарк «Салаир» столкнулся с кадровыми и финансовыми проблемами // Вести Алтай, 16.05.2021. – URL: <https://vesti22.tv/news/natspark-salair-stolknulsya-s-kadrovoy-i-finansovoy-problemami/>
© Никанорова А.Д., Почивалова А.С., 2022

УДК 332.1

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕГИОНОВ БОЛЬШОГО ЗОЛОТОГО КОЛЬЦА КАК МАКРО-ТЕРРИТОРИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Никанорова А.Д.

кандидат географических наук,
старший научный сотрудник кафедры
рекреационной географии и туризма Географического
факультета Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова, доцент Севастопольского
государственного университета

Шабалина Н.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма Географического
факультета Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова, доцент Севастопольского
государственного университета

Кружалин К.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и туризма
Географического факультета Московского
государственного университета
им. М.В. Ломоносова

Кружалин В.И.

доктор географических наук, профессор,
заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма
Географического факультета Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

В работе представлено исследование социально-экономических условий развития регионов Большого Золотого кольца как одной из 12 макротерриторий, проанализирован вклад туризма в их экономику. Рассмотренные территории являются центром старого промышленного освоения, в связи с чем испытывают серьезный кризис развития, а туризм на фоне промышленного комплекса играет до сих пор вторичную роль. Учитывая, что территория обладает большим потенциалом для развития туризма и рекреации сделан вывод, что мультипликативный эффект от туризма может серьезно увеличиться при комплексном научно-обоснованном подходе к мастер-планированию территории.

Ключевые слова: Большое Золотое кольцо, экономика туризма, макротерритории, туристско-рекреационная экспертиза.

«Золотое кольцо России» – бренд, являющийся одним из самых известных на российском туристском рынке. В 1969 г. был утверждён плановый всесоюзный туристский маршрут «Золотое кольцо», включающий 5 областей-участников: Московская, Владимирская, Ивановская, Костромская и Ярославская области.

3 июня 2021 г. было подписано соглашение о расширении туристского бренда «Золотое кольцо» между Ростуризмом и губернаторами 9 областей: Владимирской, Ивановской, Калужской, Костромской, Рязанской, Тверской, Тульской и Ярославской. Соглашение между главами регионов удовлетворило давно назревшую проблему устаревания и отсутствия единой концепции развития туристского бренда.

Проект включает в себя разработку новой сети межрегиональных маршрутов, обустройство и создание новых объектов туристской инфраструктуры, совершенствование транспортной сети, партнёрство в информационном продвижении туризма на всех обозначенных территориях. Это проект комплексного развития девяти областей России как единого туристского кластера с целью перезапуска межрегионального туристского продукта. Проект развития Большого Золотого кольца рассчитан до 2035 г. и реализуется по инициативе Правительства Российской Федерации и Федерального агентства по туризму.

В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Большое Золотое Кольцо выделено как одна из 12 макро-территорий – приоритетных для развития туризма и формирования туристско-рекреационного каркаса Российской Федерации [3].

Новый проект включает в себя расширение предложения туристского продукта: создание новых туристских межрегиональных маршрутов, модернизация и создание новых объектов туристской инфраструктуры, обновление дорожно-транспортной системы территории, сотрудничество в маркетинговой стратегии туризма между всеми регионами-участниками Большого Золотого кольца.

Для целей формирования Большого Золотого Кольца как единого межрегионального туристско-рекреационного комплекса было проведено социально-экономическое исследование регионов, входящих в его состав. В исследовании использовались данные Росстата, Ростуризма, ФНС, Министерства культуры, МИНФИН России, органов региональной статистики [1, 2, 4, 5]. Приведенные результаты являются частью комплексной туристско-рекреационной экспертизы территории, которая должна проводиться для любых проектов в сфере туризма. Использование научно-методических подходов, разработанных с целью оптимизации проектного и мастер-планирования в туристской деятельности, позволяет определить риски различного характера, сильные и



слабые стороны формируемых туристско-рекреационных комплексов, а также разработать наиболее оптимальные решения по развитию туризма с учетом особенностей социально-экономических, природных, экологических условий территории [6].

Обратимся к вопросу социально-экономического положения и оценки вклада туризма в развитие регионов Большого Золотого кольца.

Валовой региональный продукт на душу населения – один из основных показателей, характеризующих уровень экономического развития региона. В целях корректности исследования все данные пересчитаны в ценах 2015 г.

Все регионы Большого Золотого кольца в 2019 г., кроме Московской области, имеют ВРП на душу населения ниже среднего по России (656 тыс. руб.), что свидетельствует о неблагоприятном развитии территорий как центра старопромышленного освоения. Среднее значение по рассматриваемым регионам составляет 352 тыс. руб., что превышает уровень ЦФО без учёта г. Москвы (327,6 тыс. руб.).

Наибольшие значения на 2019 г. имеют Московская и Владимирская области – 570 тыс. руб. и 414 тыс. руб. соответственно, что определяется структурой хозяйственного комплекса территорий с преобладанием развитого промышленного производства. Наименьшие показатели – в Костромской (247 тыс. руб.) и Ивановской областях (173 тыс. руб.) как наименее развитых достаточно депрессивных регионах ЦФО.

Второй важный показатель, характеризующий уже непосредственно влияние туризма на экономику регионов – это вклад деятельности гостиниц и предприятий общественного питания в валовую добавленную стоимость (ВДС). В 2019 г. он незначителен и варьируется от 0,6 % в Рязанской области до 1,4 % в Тверской области. Это объясняется экономической специализацией регионов – везде доминируют такие виды деятельности, как обрабатывающая промышленность и рыночные услуги (оптовая и розничная торговля и операции с недвижимым имуществом). Тверская область выделяется высоким значением в связи с тем, что регион имеет выгодное транзитное положение между двумя крупнейшими агломерациями России – Московской и Санкт-Петербургской, что позволяет активно развивать туризм и сопутствующие услуги.

Средние значения вклада деятельности гостиниц и предприятий общественного питания составляют по Российской Федерации и по ЦФО 1,0 % и 0,9 %, соответственно. В г. Москва показатель составляет 0,8 %. Таким образом, ситуация в исследуемых регионах близка к общероссийской, за исключением Рязанской и Тульской областей, где этот показатель существенно ниже. Краснодарский край и Республика Татарстан также, как и регионы Большого Золотого кольца, являются

центрами развития туризма в Российской Федерации, но при этом вклад деятельности гостиниц и предприятий общественного питания в ВДС данных регионов составляет 2,9 % и 0,9 %, соответственно. Необходимо заметить, что регионы одновременно являются промышленными, сельскохозяйственными центрами. Однако туризм занимает при этом существенную долю в экономической структуре, что свидетельствует об успешном его развитии и влиянии в целом на социально-экономические условия.

За период 2015–2019 гг. вклад гостиниц и предприятий общественного питания уменьшился во Владимирской, Ивановской и Рязанской областях, что, вероятно, обусловлено более активным развитием других отраслей. В Московской области значение не изменилось, в остальных исследуемых регионах – увеличилось.

Показатель объёма туристских услуг косвенно отражает роль организованного туризма (в том числе экскурсионной деятельности) в регионе. Для роли туристских услуг в экономике региона была рассчитана доля показателя в валовой добавленной стоимости. На 2019 г. наиболее высокая доля туристских услуг в ВРП наблюдается в Тверской, Ивановской, Владимирской и Костромской областях. Возможно, это связано с недостаточной популярностью данных регионов на рынке самодельного туризма и отсутствием полной информации по туристским возможностям данных территорий для организации туристско-рекреационной деятельности.

Если рассматривать объём туристских услуг в абсолютных значениях (в фактических ценах – млрд руб.) на 2019 г., то значения показателя достаточно сильно варьируется по регионам – наибольшие значения имеют Московская (4,28 млрд руб.), Владимирская (0,95 млрд руб.) и Тверская (0,89 млрд руб.) области. Наименьшие значения – Рязанская (0,14 млрд) и Костромская (0,32 млрд руб.) области. Среднее значение по регионам Большого Золотого кольца составляет 0,95 млрд руб., что ниже общероссийского (1,06 млрд руб.) уровня и уровня ЦФО (1,48 млрд руб.). Большая доля приходится на Московскую область (4,2 млрд руб.), объём туристских услуг которой практически равен суммарному вкладу всех остальных регионов Большого Золотого кольца (4,3 млрд руб.).

Доля налогов, уплаченных гостиницами и ресторанами в общей сумме налогов, уплаченных организациями в 2019 г., составляет от 0,58 % в Тульской областях до 1,2 % в Московской области. Московская, Ярославская, Тверская области занимают лидирующие позиции по сравнению со средними значениями по РФ (0,82 %) и ЦФО (0,9 %). Наименьшими значениями обладают Тульская область (0,5 %) из-за преобладания других экономических отраслей (обрабатывающей промышленности) и Рязанская область (0,5 %) из-за эффекта «низкой базы».



Результаты и выводы проведённого исследования состоят в следующем. Душевой ВРП во всех регионах за 2015–2019 гг. увеличивался, темпы роста были различными (за исключением Ивановской области – значение показателя уменьшился), что говорит о постепенном развитии экономики регионов. Вклад деятельности гостиниц и организаций общественного питания в большей части регионов Большого Золотого кольца возрос, однако в среднем не превышает 1 %. Характерно, что наибольший вклад гостиницы и предприятия общественного питания в ВРП регионов характерен для субъектов, с минимальными значениями показателя ВРП на душу населения (Костромская, Ивановская, Тверская области), что определяется депрессивным состоянием экономики указанных территорий.

Развитие туризма значимо для всех территориальных уровней Российской Федерации и определяется как как прямым, так и косвенным влиянием на социально-экономическое развитие. Мультипликативный эффект туризма – его способность благодаря инициации спроса вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях, посещаемых туристами. Имеются в виду не только те организации, существование которых обусловлено работой непосредственно с туристами (туристские компании, гостиничные предприятия и т. п.), но и музеи, театры, агропромышленные комплексы, магазины розничной торговли, банки, т. е. организации, которые в той или иной степени участвуют в обслуживании туристов.

В целом туризм не является ощутимой статьёй бюджета регионов Большого Золотого кольца, ведь доля налогов не превышает 1 % (кроме Московской области). Во всех регионах крупнейшим налогоплательщиком выступают предприятия обрабатывающей промышленности (развитых в промышленном отношении регионах – доля поступивших налогов от обрабатывающей промышленности выше). Средняя доля уплаченных налогов организациями обрабатывающих производств составляет 26,4 % от всего объёма налогов, поступивших в региональный бюджет, что в 30 раз меньше объёма налогов от туристской индустрии.

Туристская и связанная с ней деятельность влияет на развитие многих секторов экономики и социальной сферы региона. Это говорит о том, что доходы от туризма способны создать дополнительные стимулы экономического развития территории.

На 2020 г. туризм формирует около 4 % ВВП России и оказывает влияние на 53 смежных отрасли. Создание одного рабочего места в сфере туризма влечёт создание до 5 рабочих мест в смежных отраслях экономики.

Что касается влияния туризма на территорию Центрального федерального округа, то его мультипликатор по вкладу в суммарный ВРП всех субъектов равен приблизительно 4. Мультипликативный эффект туризма в занятости населения пока несколько ниже (значение коэффициента от 3,0 до 3,5), но может достигнуть среднемировых показателей – 5.

Социально-экономическое развитие, инвестиционная привлекательность и уровень государственной поддержки очень взаимосвязаны. Социально-экономическое развитие и государственная поддержка определяют инвестиционную привлекательность территории – чем выше темпы экономического развития, выше уровень развития человеческого капитала и выше открытость, готовность региональных властей к взаимодействию с бизнесом (в том числе на законодательном уровне), тем выше будет эффект отдачи от инвестиций в регион в целом и конкретную отрасль экономики региона. Также социально-экономическое развитие влияет на объёмы (налоговые доходы) регионального бюджета, что в свою очередь определяет уровень государственной поддержки, ведь наличие финансовых средств у региона позволяет успешно и комплексно развивать отрасли экономики.

Список литературы

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Официальный сайт. – URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 10.04.2022).
2. Постановление Правительства РФ от 24.12.2021 N 2439 (ред. от 17.06.2022) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма».
3. Прозрачный бизнес. Налоговый калькулятор. – URL: <https://pb.nalog.ru/calculator.html> (дата обращения: 10.04.2022).
4. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. – URL: <https://www.nalog.gov.ru/> (дата обращения: 10.04.2022).
5. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт / Росстат. – 2021. – URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.04.2022).
6. Шабалина Н.В. Туристско-рекреационная экспертиза как инновационное направление пространственного анализа развития туристско-рекреационной деятельности // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства. – 2020. – С. 363-371

© Никанорова А.Д., Шабалина Н.В., Кружалин К.В., Кружалин В.И.

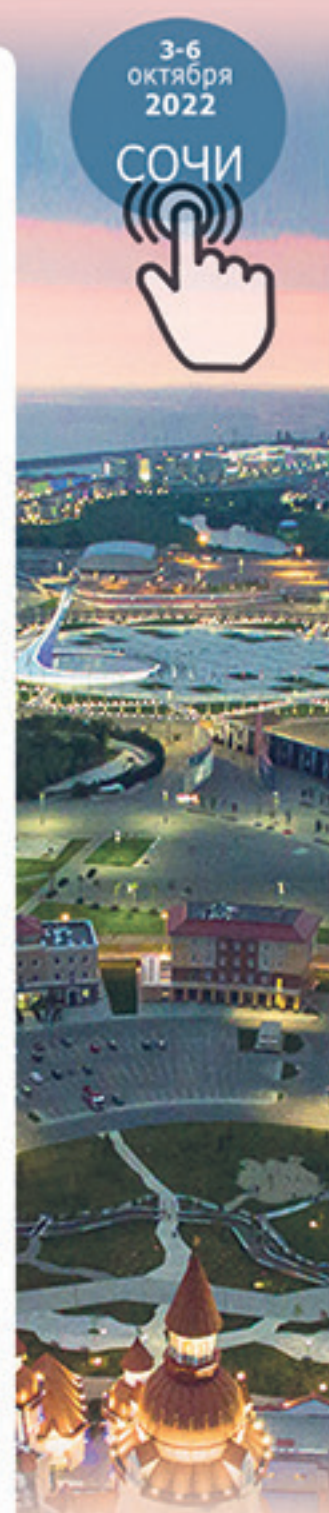
УДК 338.2

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Никулина О.В.

*доктор экономических наук, профессор,
кафедра мировой экономики и менеджмента,
Кубанский государственный университет*

Раскрыты ключевые аспекты развития проектного управления в сфере туризма. Представлены успешные практические примеры реализации проектов по созданию новых туристских маршрутов и новых видов туризма. Анализ практики развития туризма в регионах на примере Юга России позволил выделить основные меры государственной поддержки и представить ключевые



проекты, обеспечивающие успешную реализацию стратегических ориентиров развития туризма согласно национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». Обоснована роль проектов по цифровизации туризма на этапе цифровой трансформации экономики.

Ключевые слова: развитие туризма, проектное управление, национальный проект, проект туристического мастер-плана, туристская инфраструктура, господдержка, маршрутизация, инвестиции, цифровые проекты.

В современной экономике развитие туризма сопряжено с влиянием большого количества факторов, в числе которых как экономические, так и политические директивы, во многом определяющие будущее туристической индустрии. Именно проектное управление призвано максимально эффективно реализовать весь потенциал отрасли туристической индустрии в аспекте положительного влияния санкционного режима на развитие внутреннего туризма, когда сформированы благоприятные условия для развития территорий и приняты конкретные программные документы в поддержку данного направления [1]. Вектор развития внутреннего туризма сегодня определяется в соответствии с принятым в 2021 г. национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства» и федеральной программой «Развитие туризма до 2030 года» с объёмом финансирования в размере 724 млрд руб. на период до 2024 г. Запущен в реализацию проект туристического мастер-плана всей страны, что позволит создать единую систему комплексного развития туризма в регионах и сформировать туристскую инфраструктуру с целью повышения привлекательности территорий страны для национальных и иностранных туристов. Реализация данного проекта предусматривает на первом этапе проведение масштабного исследования для оценки турпотока и направлений маршрутизации, на втором этапе предусматривает подготовку перспективной модели развития туризма с учётом увеличения турпотока и создания инфраструктурных объектов в регионах, которые призваны стать точками роста и развития туризма на перспективу до 2035 г. [4].

Для комплексной реализации мастер-планирования туризма в масштабах всей страны целесообразно разрабатывать маршруты на основе проектного управления. Одним из успешных примеров является проект «Золотое кольцо Боспорского царства», который охватывает 14 городов и посёлков на территории четырёх регионов на Юге России: Краснодарский край, Республика Крым, город-герой Севастополь, Ростовская область [3]. Реализация проекта была начата в конце 2018 г. и на сегодняшний день проект включает в себя подпроект «Винные дороги Боспорского царства», объединяющий 46 объектов винного туризма, а также объекты культурного наследия, античной тематики, музейные комплексы, археологические

площадки. Проведение предварительных исследовательских работ позволило сформировать различные маршруты, объединённые в единое кольцо путешествия по историческим местам Боспорского царства. В рамках проекта туристы могут самостоятельно выбирать маршрут, объекты для посещения и бронировать туры на сайте проекта [3]. Практика проектного управления позволяет не только чётко выстроить маршрутизацию, но создавать моделирование и планирование турпотока на всем направлении, что в свою очередь создаёт благоприятные условия для привлечения инвестиций и создания новых инфраструктурных объектов как в сфере отдыха и туризма, культурного обслуживания, так и в сфере жизнеобеспечения, гостеприимства и сервиса.

В постпандемный период 2021–2022 гг. возросший спрос на внутренний туризм в южных регионах России создал определённый инвестиционный бум и стимулировал реализацию новых проектов по созданию инновационных и гибридных видов туризма (глемпинг, эколого-агротуризм, экстрим-туризм, винно-гастрономический туризм, научно-образовательный и познавательный туризм, арктический туризм и т. п.). На основе увеличения потока инвестиций бизнеса в сферу туризма по итогам 2021 г. в 3 раза по сравнению с пандемийным 2020 г. Правительство скорректировало в начале 2022 г. показатели по развитию туризма: на перспективный период до 2035 г. количество турпоездок должно быть увеличено в 3 раза, количество номеров в квалифицированных отелях – в 1,2 раза, средняя численность работников туриндустрии – в 3 раза [4]. При этом стимулирование потока инвестиций запланировано за счёт введения специального режима развития территорий, налоговых льгот, программы льготного заёмного финансирования на строительство и модернизацию коллективных средств размещения. В качестве новых инструментов государственной поддержки туриндустрии предусмотрены господдержка маркетинга и продвижения туристских продуктов, снятие административных и законодательных барьеров, а также господдержка развития обеспечивающей инфраструктуры туризма. На рисунке 1 представлены основные инструменты государственной поддержки туриндустрии.

Постановление о субсидировании льготных кредитов на развитие внутреннего и въездного туризма позволит регионам осуществить рывок в развитии собственных территорий и создать задел для получения будущего мультипликативного эффекта развития региональной экономики за счёт туризма [4].

Все запланированные меры господдержки туризма призваны привлечь не менее 1,7 трлн руб. частных инвестиций в сферу туризма, что позволит реализовать 284 комплексных туристских проекта в



сфере бальнеологического, развлекательного и пляжного туризма, а также создать 298 новых гостиниц и санаториев, только на Юге России запланировано привлечение инвестиций в 2022 г. в объёме 293,3 млрд руб., что превышает показатель предыдущего 2021 г. более чем в 4 раза (в 2021 г. объём инвестиций в туриндустрию составил 72 млрд руб.) [2]. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» должен быть реализован в триединстве ключевых компонентов: правовое регулирование туриндустрии, повышение ценовой доступности отдыха и создание специальной туринфраструктуры.



Рисунок 1 – Инструменты государственной поддержки туриндустрии

Проектное управление предусматривает возможность реализации этих основополагающих элементов в сфере развития туризма на основе применения комплексного подхода, который позволяет раскрыть в том числе и маркетинговую составляющую с определением дизайн-кода, политики ценообразования, кода культурного наследия, методов и инструментов стимулирования турпотока и технологий формирования нового имиджа территорий. В таблице 1 представлены основные инвестиционные проекты по развитию индустрии туризма на Юге России в ближайшей перспективе.

Успех развития туризма сегодня во многом определяют проекты по цифровизации туриндустрии и, в первую очередь, в части развития сервисов бронирования. Создание цифровых площадок, цифровых платформ и в целом цифровой экосистемы отрасли туризма является основным условием повышения конкурентоспособности на основе успешной реализации цифровых проектов турпредприятий в тесном сотрудничестве с IT-компаниями. Практическим примером реализации такого сотрудничества компании-разработчика «Турмашина» с турпредприятиями и отелями является реализация проекта по запуску сервиса «Давай» для бронирования и покупки билетов, экскурсий и проживания в отелях [5].

Таблица 1

Практические примеры реализации инвестиционных проектов по развитию индустрии туризма на Юге России

Наименование компании-инвестора	Сумма инвестиций	Описание проекта
Управляющая компания «Мантера-групп»	68 млрд руб.	Проект по созданию в Сочи центра гастро-туризма и трёх отелей, а также по строительству в Красной Поляне горнолыжного обучающего центра, апартаментов и шале
Объединённая судостроительная корпорация	5 млрд руб.	Проект по созданию в Лазаревском районе на месте бывшей судовой верфи гостиничного комплекса с аквапарком
ООО «УК «Югтех-недвижимость»	15,6 млрд руб.	Проект по строительству ресторано-гостиничного комплекса в Лазаревском районе
ГК «Монолит»	59,3 млрд руб.	Проект по созданию в Евпатории туристического комплекса «Золотые пески» будет включать строительство набережной, мест отдыха, апартаментов, квартир. Реализация проекта позволит увеличить турпоток на 500 тысяч человек
ООО «Специализированный застройщик «Таврическая девелоперская компания»	25 млрд руб.	Проект по созданию в Бахчисарайском районе Крыма жилищно-рекреационного комплекса, который будет включать в себя 500 тысяч кв. м жилья минимум на 15 тысяч жителей. Комплекс будет снабжён социальной инфраструктурой – школой на 1,8 тысячи учеников и детскими садами на 900 мест
ООО «Славянский дом» и ООО «Симферопольская девелоперская компания»	37 млрд руб.	Проект по созданию курортного комплекса «Мойнаки» в Евпатории на берегу озера Мойнаки
НАО «Красная Поляна»	35 млрд руб.	Проект по строительству в Адыгее всесезонного горного курорта «Лагонаки» до 2025 г. будет включать 36 км горнолыжных трасс, сноу-парк, гостиницы на 3 тыс. номеров и другую туристическую инфраструктуру
Госкорпорация «Туризм.РФ», ПАО «Абрау Дюрсо», ООО «Визит Абрау»	15 млрд руб.	Проект по созданию туристического кластера всероссийского значения рассчитан на 10 лет. Туристический поток на этом направлении составит 1 млн человек ежегодно



Одной из важных проблем, сдерживающих развитие отрасли туриндустрии в сфере цифровизации, является дефицит финансовых ресурсов турпредприятий для привлечения масштабных инвестиций с целью реализации цифровых проектов и высококвалифицированных разработчиков и продуктологов для формирования цифровых платформ. Сегодня позволить себе реализацию масштабных инвестиционных проектов в сфере туризма могут крупные предприятия, которые перекрывают свои риски за счёт других проектов в период неопределённости и турбулентности ситуации в экономике, однако требуется комплексный подход к развитию данного направления с привлечением сферы малого и среднего бизнеса в туриндустрии. Государственная поддержка в форме льготных кредитов и госинвестиций, использование государственно-частного партнерства в проектном управлении, реализация грантовых программ Ростуризма с объёмом финансирования 3,5 млрд руб. в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» обеспечат поддержку турбизнеса, развивающего туристическую инфраструктуру в регионах.

Таким образом, анализ практики применения проектного управления в сфере туризма показывает вектор реализации стратегических ориентиров развития туризма согласно национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и определяет ключевые направления формирования точек роста туриндустрии за счёт применения комплексного подхода к реализации инвестиционных проектов по созданию туристической инфраструктуры, формированию новых маршрутов и видов туризма, внедрению цифровых платформ и цифровой экосистемы туризма.

Список литературы

1. Бурукина О.А. Управление проектами в индустрии туризма: основы ТМВОК. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2019. – № 10(1). – С. 26-37. DOI: 10.18184/2079-4665.2019.10.1.26-37.
2. Макаров А., Козлов В., Ракуль Е. Инвестпортфель ЮФО в 2021 г. прирос туризмом, аграриями и инфраструктурой // Эксперт-Юг. – 2022. – № 2. – URL: <https://expert.ru/south/2022/02/investportfel-yufo-v-2021-godu-priros-turizmom-agrariyami-i-infrastrukturoy/>. (дата обращения: 21.09.2022).
3. Официальный сайт проекта «Золотое кольцо Боспорского царства». – URL: <https://www.russian-bospor.ru/> (дата обращения: 20.09.2022г.).
4. Ракуль Е. Фундамент для бума гостеприимства: инвестиции в туризм на Юге растут многократно // Эксперт-Юг. 2022. № 7. – URL: <https://expert.ru/south/2022/07/fundament-dlya-buma-gostepriimstva-investitsii-v-turizm-na-yuge-rastut-mnogokratno/>. (дата обращения: 21.09.2022).
5. Цифровые решения для развития туризма. Официальный сайт компании-разработчика «Турмашина». – URL: <https://www.tourmachine.ru/> (дата обращения: 21.09.2022).

© О.В. Никулина

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ ПО РАЗВИТИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ПЕРМСКОГО КРАЯ

Оборин М.С.

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры экономического анализа и статистики
Пермского института (филиала) Российского
экономического университета им. Г.В. Плеханова;
профессор кафедры мировой и региональной экономики,
экономической теории Пермского государственного
национального исследовательского университета;
профессор кафедры менеджмента
Пермского государственного аграрно-технологического
университета им. ак. Д.Н. Прянишникова*

В статье рассмотрены особенности реализации федеральных целевых программ, связанных с развитием экологического туризма на примере Пермского края. Регион обладает значительным потенциалом по формированию новых маршрутов, что подтверждено исследованиями внутреннего спроса. Предложены новые экологические маршруты в Горнозаводской городской округ и обоснована их экономическая и социальная эффективность.

Ключевые слова: экологический туризм, федеральная целевая программа, Пермский край, Горнозаводской городской округ, экологические маршруты.

В соответствии с программой реализации федерального проекта «Охрана биоразнообразия и развитие экологического туризма» национально-го проекта «Экология», к 2024 г. количество посетителей особо охраняемых природных территорий федерального уровня должно увеличиться до 10,3 млн человек. В настоящее время туристическая отрасль в Пермском крае развивается достаточно эффективно [1]. Максимальный эффект в данном секторе за анализируемый период достиг в 2018 г., когда в крае функционировало около 400 туристических фирм и было реализовано 106 450 туристических пакетов. При этом сложные макроэкономические условия негативно влияют на количественные показатели: число турфирм в крае снижается в 2019–2021 гг., ежегодное снижение составляет 10–12 % [2]. Положительным фактором является рост показателей внутреннего турпотока на фоне снижения продаж зарубежным потребителям (рис. 1).

В Пермском крае отмечены удовлетворительные показатели развития внутреннего туризма, по некоторым сегментам, например, лечебно-



оздоровительный туризм – темп восстановления в 2021 г. составил 97 % от показателя 2019 г. Наибольшей популярностью в регионе пользуются такие туристические маршруты, как Кунгурская ледяная пещера, Архитектурный Этнографический музей «Хохловка» (рис. 2).



Рисунок 1 – Реализованные туристические пакеты населению в 2017–2019 гг., ед. [2]



Рисунок 2 – Спрос на наиболее популярные туристические маршруты Пермского края, ед. (уд. вес, %) [2]

Рейтинг востребованности популярных туристических маршрутов в Пермском крае сформирован на базе интернет-запросов про эти места среди населения и туристов.

В представленном рейтинге из всех достопримечательностей всего лишь четыре туристических маршрута имеют экологическую направленность, что свидетельствует о том, что в крае необходимо выделить развитие экологического туризма как приоритетное направление. Территория Пермского края обладает благоприятными условиями для развития экологического туризма [3]. В регионе расположено множество территорий дикой нетронутой природы, где турист может уединиться и насладиться прелестями природы, чистым воздухом и полноценно отдохнуть.

Потенциал развития внутреннего туризма в Пермском крае рассмотрим на примере нескольких известных достопримечательностей.

Туристическая достопримечательность «Верхнечусовские городки», тур, посещение которого занимает один день, где туристы смогут ознакомиться и оценить один из древнейших уральских Монастырей XIX века – Успенский монастырь, находящийся на вершине холма.

Туристический маршрут Каменный город и Этнографический парк, посещение которого занимает один день, где туристы могут пополнить свои познания об истории Уральского края. Музей разделён по следующим направлениям: Чертово городище, комната быта крестьян, отдельное помещение, где собрана история о казачьем атамане, историческом завоевателе Сибири – Ермаке, музей деревянной игрушки, где собрана уникальная коллекция народных игрушек из дерева.

В настоящее время экологический туризм в Пермском крае не особо пользуется спросом. Это обусловлено тем, что население края не имеет полноценной доступной информации об экологических маршрутах, а также с теми, выделенными маршрутами, которые популяризируют туристические фирмы.

Развитие внутреннего туризма в крае, включая его экологические направления, требует, на наш взгляд, формирования новых экологических маршрутов и восстановления старых достопримечательностей.

В целях поиска новых туристических маршрутов, экологического направления в Пермском крае, был выбран Горнозаводской район – административный район в Пермском крае России. Так, были обозначены следующие направления:

Экологический туристический маршрут «Усть-Койва», посещение которого занимает два дня. Достопримечательность расположена в 200 км от города Перми и в него входит посещение Красного камня, Скал Дыроватые ребра и Царской арки. По ходу маршрута туристы могут остановиться на ночёвку в туристической базе, которая расположена в 2 км от первой достопримечательности экологического маршрута – Камень Красный. Добраться до достопримечательности с туристической базы не составит



труда пешим ходом, поскольку путь туда обустроен в любое время года для туристов любой категории. Экологический маршрут Камень Красный расположен на высоте 40 метров над рекой отсюда открывается невероятно красивый пейзаж: река, покрытая льдом и зелёные лесные массивы (рис. 3). По впечатлениям туристов, данная экологическая территория позволяет полноценно отдохнуть и восстановить свои ресурсы.

Далее маршрут ведёт к Скалам Дыроватые Ребра и Царской арке, дорога до которых занимает до полутора километров от туристической базы. Скалы Дыроватые Ребра представляют пять голых скал высотой до 60–70 м и протяженностью более 1,2 км, внешним видом схожих с ребрами огромных животных. В скалах имеется вход в пещеру, представляющий большую арку, которую называют Царские Ворота. Арку можно увидеть со стороны Чусовой реки, она расположена на высоте 24 метров над её уровнем. Арка Царские Ворота сформировалась еще в глубине веков в результате обвала свода пещеры, после чего остался только вход в неё. Арка также популярна тем, что на этой территории были сняты несколько отечественных сериалов.

Кроме арки в скалах также расположены еще несколько пещер протяженностью от семи до 30 метров, добраться до которых можно по тропам, ведущим от арки Царские Ворота. Одна из пещер представляет карстовую подземную пещеру, уходящую под уклоном вверх, другие пещеры более протяженные и интересные, славятся тем, что там когда-то людьми был найден клад.

По заключению археолога Прокошева Н.А., на Чусовой реке в 1920-е гг. при земляных работах, когда один из рабочих барачников был разрушен, рабочие обнаружили клад, в котором хранились серебряные изделия. Рабочие, нашедшие этот клад, говорили, что передали находку в музей, чему до сих пор не нашлось никакого подтверждения. По мнению археолога, в реальности клад был разделён между нашедшими его рабочими, о чем свидетельствует часть сломанной серебряной гривны, которую он увидел у одного из рабочих.

Пермский край исторически не настолько популярен, как туристические направления, которые включены в туристический маршрут «Золотое кольцо». Это обусловлено тем, что долгий период Пермский край являлся закрытой территорией с приоритетом функционирования промышленности, в частности военно-промышленному производству.

Развитие экологического туризма в регионе базируется на значимых природных и геологических объектах, расположенных у подножия Уральских гор. Первостепенным фактором развития туристического кластера в крае является разделение рынка на различные группы клиентов с чётко сходными потребностями и требованиями к продукту, разработка новых туристических продуктов интересного и так далее.

Эффективное развитие Пермского края как региона с развитым туристско-рекреационным комплексом связано с формированием системной основы экотуризма с вовлечением особо охраняемых природных территорий, формированием экологических маршрутов, их продвижение на основе использования местных традиций, легенд, образов, изображающих сражения, подвиги, как целого народа, так и отдельного героя. При отсутствии таких условий, существует возможность их воссоздания. К примеру, в городе Мышкин Ярославской области был создан музей Мыши, по названию которого была написана легенда, подаваемая сегодня под известным брендом. Таким образом, развитие экологического туризма в Пермском крае способствует популяризировать туристические достопримечательности региона, снизится процесс урбанизации, благодаря формированию новых рабочих мест и развитию инфраструктуры.

Список литературы

1. Главацкий В.Б., Пыткина С.А. Развитие информационного обеспечения управления пространственно-отраслевой структурой региона // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 5. – С. 56-68.
2. Пермский край в цифрах. 2022: краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. – Пермь, 2022. – 195 с.
3. Шеломенцев А.Г., Дорошенко С.В., Трушкова Е.А., Шихвердиев А.П. Стратегии-2030: подходы к разработке в регионах России // Ars Administrandi (Искусство управления). – 2017. – Т. 9. – № 4. – С. 570-592.

© Оборин М.С., 2022

УДК 338.24

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Овчаренко Н.П.

*кандидат технических наук, доцент,
директор Департамента туризма и гостеприимства
Дальневосточного федерального университета*

Галенко Е.В.

*кандидат исторических наук,
доцент Департамента туризма и гостеприимства
Дальневосточного федерального университета*

Охотникова М.А.

*магистр по направлению
подготовки Гостиничное дело*

Цифровые технологии активно проникают во все сферы жизнедеятельности современного общества. Бизнес-сообщество осознает необходимость ускорения процессов цифровой трансформации экономики в целях обеспечения устойчивости развития, достижения конкурентоспособных позиций в формирующемся цифровом пространстве новой мировой экономики, что требует аналитической и научно-методической проработки осуществления такого рода изменений. Достижения в области цифровых технологий позволяют средствам размещения воспользоваться преимуществами новых ресурсов, инструментов и интерактивных каналов, что повлияет на развитие и устойчивость гостиничного предприятия.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, цифровизация, гостиничный бизнес, устойчивое развитие.

Степень научной проработанности проблемы определяется новизной её возникновения и слабой научной проработанностью процессов цифровой трансформации, в том числе в их взаимосвязи с тенденцией устойчивого развития.

Интерес общеметодологического и теоретического характера для понимания автором исследуемой проблемы составили фундаментальные труды таких отечественных и зарубежных авторов, как В. Дравица, А. Курбацкий, Т.О. Толстых, Е.В. Шкарупета, И.А. Шишкин, Э.В. Маймина, Т.А. Пузыня, Н.С. Верховский, М.И. Кривошеев, Ю.Б. Зубарев, Т.В. Ромашкин, И.С. Клименко, Й. Шумпетер, А.Д. Шеремет, К. Маркса и С.Д. Хикс, Р. Хоффман, Ф. Бенхам и др. На основе их изучения сформировалась авторская теоретико-методологическая концепция проведения исследования.

Методологической базой исследования выступают анализ и синтез, сравнение, обобщение, наблюдение, а также методы сбора и обработки статистической информации и экспертное оценивание.

Информационной основой исследования стали данные, полученные из открытых статистических источников, работы в рамках научно-практических конференций, открытые отчёты предприятий сферы услуг, данные получение в процессе взаимодействия с консалтинговыми фирмами, а также данные, публикуемые в свободном доступе в сети Интернет.

Научный инструментарий – методы системного анализа помогли сформировать целостную картину исследования, экономический анализ позволил выявить перспективы интеграции стратегии цифровой трансформации, а также определить потребность в ней, а метод управленческих решений в свою очередь позволил смоделировать наиболее эффективную интеграцию.

Устойчивое развитие выходит сегодня на первый план во многих отраслях, и гостиничная индустрия не стала исключением. В последнее время понятие устойчивого развития стало употребляться всё чаще. Оно используется в научных работах, в юридических документах, в политической и

экономической сфере и т. д. для обозначения стабильной работы систем в постоянно меняющихся условиях. Само словосочетание распространилось в следствие публикации доклада Комиссии ООН по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее» в 1987 году, в котором концепция устойчивого развития касалась только экологии, идеи экологически чистого развития. В докладе устойчивое развитие определялось как развитие, которое удовлетворяет потребностям настоящего, не ставящее под угрозу способность будущих поколений удовлетворять собственные потребности» [16].

Но с каждым последующим годом концепция расширялась и охватывала всё больше сфер деятельности человека. Впервые данный термин был употреблён в отношении экономики, а точнее макроэкономики, ещё в работах Карла Маркса и Сэра Джона Хикса. А на уровне микроэкономики экономисты предпочитают формулировку экономической устойчивости. Йозеф Шумпетер [13] и Анатолий Шеремет [14] в своих работах отождествляют экономическую устойчивость с финансовым состоянием предприятия, которое в идеале должно бесперебойно производить и реализовывать продукт.

Понятие устойчивого развития всегда должно рассматриваться во времени, в контрольный период, следовательно, данное понятие динамично. Стоит отметить, что в данный контрольный период экономика может характеризоваться как подъёмом, так и временным спадом. Самое главное, чтобы к контрольной точке, были достигнуты планируемые результаты, тогда можно считать, что развитие было контролируемым, устойчивым. Устойчивое развитие подразумевает развитие системы в каждый отдельно взятый период её функционирования, но при этом, если были спады, то впоследствии его преодоления система должна начать функционировать на более высоком уровне, чем был до кризисного времени.

Таким образом, сама проблема устойчивого развития поднимает проблему решения двух противоположных друг другу задач:

1. поддержание устойчивости отдельных частей системы в заданный (контрольный) период;
2. гарантирование развития, преодолевая само явление устойчивости [6].

С точки зрения экономических наук устойчивое развитие подразумевает не только разумное, бережное пользование ресурсами, но и соблюдение грамотных пропорций в производстве, потреблении, накоплении материальных благ. Нарушение этого баланса, потребление, которое превышает производство, приводит к кризису экономики. В кризисный период соотношение показателей восстанавливается, система снова начинает развиваться устойчиво, но темпы экономического роста могут резко замедлиться или же вовсе будут показывать отрицательные значения, система регрессирует.



На уровне больших и малых предприятий устойчивое развитие рассматривается с позиций:

- пропорциональности развития: цели (социальные, экономические, технологические и т. д.), поставленные перед предприятием, должны быть понятны и достигаемы. Финансовые цели, в частности рост прибыли, не должны быть главными, а должны считаться средством достижения других поставленных целей;
- процесс достижения целей не должен прерываться под воздействием внешних и внутренних факторов;
- сам процесс не должен происходить в ущерб будущего предприятия.

Соблюдение этих пунктов обеспечат предприятию стабильное развитие в долгосрочной перспективе, для которого необходимы ресурсы и механизмы правильного их распределения.

Также для оценки степени экономической устойчивости предприятий рассматриваются группы показателей:

- рыночные;
- производственные;
- социальные;
- финансово-экономические.

В эпоху Digital Tribe логично будет к этим показателям также добавить и технологические, анализ которых может сказать об уровне цифровизации предприятия, его приспособленности к современным реалиям цифровой трансформации экономики. Не стоит отрицать, что цифровая трансформация стала основным трендом современной экономики, влияющим на устойчивое развитие предприятия.

Само понятие цифровизации является молодым. Александр Курбацкий, в совместной с Виктором Дравица работе «Промышленная революция «Индустрия 4.0» «определили цифровизацию как простой переход к цифровым носителям [2]. Более широкое понятие данному термину дали в своей работе 2017 г. «Трансформация промышленности в условиях цифровизации экономики» И.А. Шишкин, Т.О. Толстых и И.А. Шкарупета [10]. Они определили цифровизацию как новую стадию совершенствования управления производством товаров и услуг и самого производства на основе «сквозного» использования современных информационных технологий.

Т.В. Ромашкина рассмотрела цифровую экономику в качестве пути наращивания ресурсной базы национальной экономики на основе интеграции новых видов ресурсов, в частности и созданных искусственным путём [9].

Не стоит забывать и о том, что определение понятию цифровой экономики дано и на федеральном законодательном уровне – в Указе

«О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина. В данном нормативно-правовом акте понятие цифровой экономики имеет следующее определение: «Цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объёмов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, обслуживания, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [1].

Как упоминалось выше, цифровая трансформация – это результат процесса цифровизации и эффективной цифровой экономики. Следовательно, можем сделать вывод о том, что процесс цифровизации не всегда завершён, причём успешно. В большинстве случаев исследователи констатируют факт цифровой трансформации при получении эффекта более 80 % и кардинальном изменении процессов на предприятии, остальные же итоги принято обозначать просто цифровой трансформацией [17].

Что объединяет процесс цифровой трансформации гостиничной индустрии, так это быстрое накопление персонализированных фотографий и видеоконтента, а также текстовых комментариев, которые оказывают всё большее влияние на планы поездок и покупательское поведение потребителей. Ресурсы для размещения независимых отзывов и туристические сообщества в социальных сетях позволяют гостям оставлять комментарии, узнавать больше об отелях от тех, кто уже останавливался, и формировать независимые мнения [18].

Кроме того, отели также стремятся создать систему, которая поощряет все элементы взаимодействия с клиентами – от стойки регистрации до обслуживающего персонала для улучшения репутации компании в Интернете в операционной деятельности. С этой целью были разработаны новые CR1, которые связаны с индивидуальными стимулами сотрудников.

Обратим внимание на искусственный интеллект (ИИ). Как пример можно рассмотреть внедряемые SMART-номера. В таких номерах ИИ настраивает освещение и температуру, определяет предпочтения гостя в телепередачах и включает нужные, угощает напитками. Также в Японии считают эффективным внедрение в работу гостиничного предприятия роботов-дворецких. Стоит отметить, что искусственный интеллект может распознавать несколько десятков языков, что является несомненным плюсом в отелях, особенно крупных. В некоторых отелях устанавливают устройства, которые отслеживают местоположение смартфонов гостей с целью изучения привычек и последующего



удовлетворения их нужд в момент с помощью выработки и отправки соответствующих команд обслуживающему персоналу.

Применение искусственного интеллекта, в частности, технологии распознавания в гостиничном деле даёт возможность:

а) обеспечение доступа в номер с помощью сканирования сетчатки глаза или сканирования отпечатков пальцев, это обеспечивает дополнительные удобства для гостя и повышает безопасность пребывания в отеле;

б) технология распознавания лиц улучшает качество сервиса за счёт персонализированных услуг, например, технология NEC NeoFace Express.

Персонализация обслуживания сейчас является одним из важнейших конкурентных преимуществ, которые невозможно получить без цифровых технологий. Для понимания потребностей и желаний клиента, необходимо собрать и проанализировать большое количество данных, связанных с его предыдущими путешествиями, проживанием в других отелях и т. п. Это позволит сформировать некий виртуальный образ человека, смоделировать его потребности с помощью систем искусственного интеллекта, обеспечить удаленное консалтинговое обслуживание с помощью чат-ботов. К преимуществам обслуживания с помощью систем искусственного интеллекта следует отнести скорость и точность предоставления информации клиенту. Искусственный интеллект позволяет быстро обрабатывать информацию и предлагать различные варианты решения вопроса, например, предоставив несколько вариантов размещения с комментариями персонально для клиента.

Одной из наиболее перспективных цифровых технологий является обработка больших данных Big Data, blockchain [15].

Достижения в области цифровых технологий предоставили компаниям возможности воспользоваться преимуществами новых ресурсов, каналов продаж и инструментов. Без этих ресурсов, каналов продаж и инструментов установленные цели не могут быть достигнуты. Однако процесс цифровой интеграции в деятельности гостиничных компаний становится всё более сложным, требующим большого объёма денежных ресурсов и квалифицированных специалистов.

Развитие цифровой экономики кардинально меняет инфраструктурное обеспечение многих видов экономической деятельности, в том числе и гостиничной индустрии. Многократно возрастает значимость информационной составляющей. В связи с тем, что цифровая экономика базируется на идеологии обработки больших массивов информации, особую важность приобретёт высокотехнологичная система для безопасного, надежного, долгосрочного хранения больших объёмов информации, а

также подсистема обеспечения их безопасности. Активно будут развиваться мобильные технологии и приложения, которые предназначены для людей, которые обеспечивают выполнение широкого функционала, в том числе, покупку авиабилетов, бронирование отелей, рейтингах средств размещения, ресторанов и т. п.

Проблема устойчивого развития гостиничного предприятия характерна для всех средств размещения, но особо актуальна она является для загородных средств размещения, на основе которых и проводилось исследование.

Текущими проблемами загородных средств размещения являются:

1. Высокая конкуренция. В России количество средств размещения за десять лет увеличилось более чем в два раза – с 12 до 28 тысяч. Это не только гостиницы, но и санатории, пансионаты, кемпинги, мотели [5].
2. Неравномерный поток клиентов. В целом спрос на загородные средства размещения обладает выраженной сезонностью [11]. Средний уровень загрузки загородных средств размещения ниже аналогичных показателей городских гостиниц на 15–20 %. Средняя стоимость номера в сутки сопоставима, но доход на номер меньше ввиду большего количества затрат на поддержание операционной деятельности гостиниц.
3. Инфраструктура. Большая часть отельеров с целью подбора локации близкой к природе, водоёмам и т. д. строят загородные средства размещения, расположенные вдали от городов. В связи с чем, одной из актуальных проблем для посетителей является поиск дороги и самой локации.
4. Отсутствие позиционирования. Если средство размещения не настроено на конкретный сегмент рынка и работает со всеми, это мешает ему зарабатывать [4].
5. Слабый маркетинг. Ещё совсем недавно спрос на загородные средства размещения во многом формировало «сарафанное радио» – отклики гостей приводили (либо отпугивали) новых клиентов. Теперь они перекочевали в Интернет – на различные форумы, в социальные сети, к чему нужно адаптироваться.

К каждой из выше заявленных проблем может быть сделан индивидуальный подход с цифровым решением. В современном мире технологий, успешность этих решений напрямую зависит от того, задействованы технологии или нет.



Таблица 1

Проблемы и их решения

Проблемы	Решения	Обоснование
Высокая конкуренция	Персонализировать сервис	CRM-система – обязательное условие успеха современного средства размещения. Она помогает собирать данные о гостях и делать им спецпредложения
Неравномерный поток клиентов	– использовать стратегию закрытия крана [12] – подстраивать цены под спрос	– активно осуществлять продажи услуг до оптимального уровня загрузки. Когда уровень достигнут, закрываете кран и продаете только с сайта и по предоплате, чтобы добиться загрузки выгодными бронями; – динамические цены – это основной инструмент для загородных объектов, который помогает «дозаработать»; – автоматизировать процесс, подключением TL: Price Optimizer, что позволит анализировать уровни цен на основе данных о загрузке и учитывает возможные изменения спроса в разные сезоны и выходные
Инфраструктура	Облегчить проезд клиентов до средства размещения	разместить на сайте все способы, как добраться до объекта, а также карту и возможность сразу открыть маршрут в Яндекс.Навигаторе
Отсутствие позиционирования	Позиционирование себя в социальных сетях [8]	создать «уникальное торговое предложение» и продвигать его в социальных сетях, тем самым получить лояльную постоянную клиентскую базу. Каждый третий потребитель предпочитает общаться с компанией в соцсетях, а не по телефону или электронной почте [7]. Гости часто заходят в соцсети, чтобы посмотреть свежие фотографии и почитать отзывы гостей [3]
Слабый маркетинг	Создание сайта, SEO-оптимизация [10]	официальный сайт отеля – это самая выгодная площадка продаж для средства размещения. Чтобы гости охотнее бронировали напрямую, сайт должен быстро загружаться, корректно работать и мотивировать гостей забронировать

На основании проведённого исследования можно предложить алгоритм внедрения цифровой трансформации средства размещения, что повлияет на устойчивую работу предприятия.

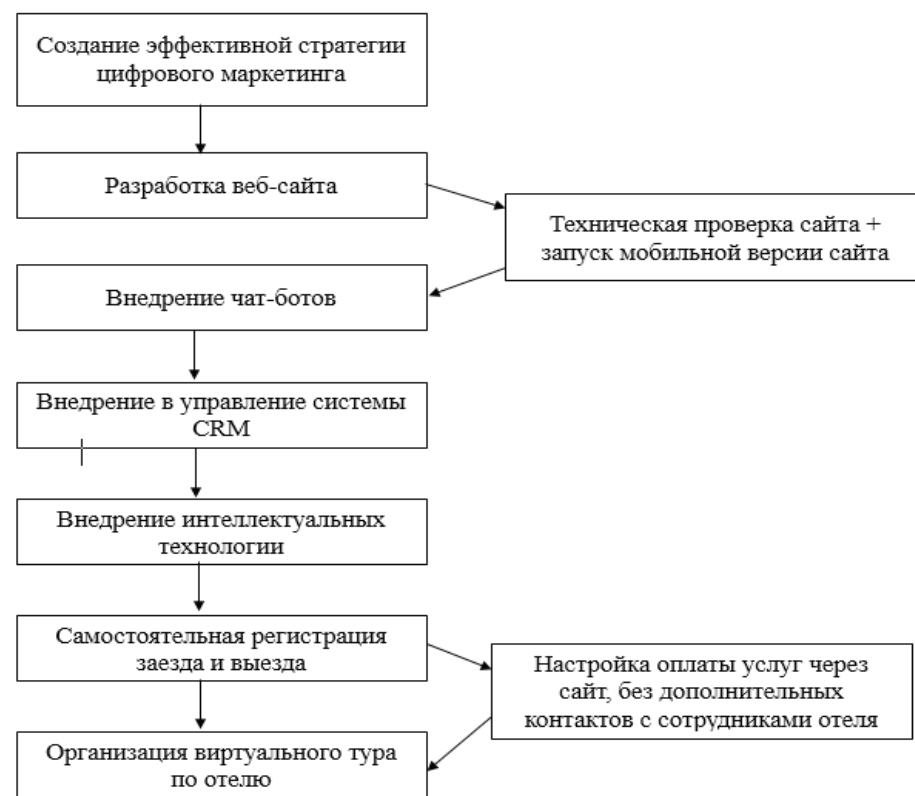


Рисунок 1 – Алгоритм формирования и внедрения цифровой трансформации агородного средства размещения

В эпоху единого виртуального сообщества уровень цифровизации предприятия напрямую влияет на его развитие, заинтересованность в нём и его услугах со стороны клиентов. Следовательно, можно утверждать, что то, на сколько качественно, своевременно и персонализировано предприятие, в частности гостиничное, отвечает на запросы современных пользователей, на столько оно будет устойчиво. Поэтому помимо основных групп показателей, влияющих на устойчивое развитие предприятий, которые выделялись ранее, а именно рыночные, производственные, социальные, финансово-экономические, стали добавлять и технологические. Анализ данных по технологическим показателям даёт оценку приспособленности организации к требованиям современности. Цифровизация – это переход к новым процессам, моделям и подходам, основанным на информационных технологиях.

Список литературы

1. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: [указ Президента РФ № 203-ФЗ: утверждён Президентом РФ 09 мая 2017]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363.
2. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом: электрон. науч. журн. – 2019. – № 3. – С. 34-46.
3. Владимирова И.Г., Кониная Н.Ю., Ефремов В.С., Транснационализация международных компаний: особенности и тенденции // Управленец. – 2020. – № 4. – С. 70-81.
4. Гостиничный рынок: цифры и тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/actual/gostinichnyy-rynok-tsifry-i-trendy>.
5. Джанджугазова Е.А., Иванова А.Н. Инновационные аспекты развития туристского и гостиничного бизнеса // Потребительские инновации. Global Sciebee and innovations. – 2020. – С. 515-519.
6. Дравица В., Курбацкий А. Промышленная революция «Индустрия 4.0» // Наука и инновации. – 2016. – № 3(157). – С. 13-16.
7. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие. – М.: Новое знание, 2018. – 368 с.
8. Котлер Ф. Управление маркетингом. – М.: Экономика, 2018. – 224 с.
9. Кривошеев М.И. Социологическое образование и цифровая социология // Связь. – 2018. – С. 140-142.
10. Маймина Э.В., Пузыня Т.А. Особенности и тенденции развития цифровой экономики // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 6(67). – С. 37-45.
11. Масюк Н.Н., Васюкова Л.К., Кирьянов А.Е. Использование инновационных технологий в сфере услуг // Методология развития экономики, промышленности и сферы услуг в условиях цифровизации. – СПб., 2018. – С. 220-243.
12. Миронова О.А. Цифровизация экономики АПК России: задачи, проблемы, перспективы // Economics. Law. State. – 2019. – № 5(7). – С. 41-47.
13. Нетребин Ю.Ю. Современное состояние систем управления загородными коллективными средствами размещения туристов Московской области // Сервис plus. – 2018. – № 1. – С. 71-76.
14. Панюшкина Е.В., Коваленко М.С., Алисова Ю.С. Цифровое будущее индустрии туризма и гостиничного дела // Гостеприимный Петербург: мат-лы Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 55-60.
15. Петропавловская А.В. Инновации в сфере гостеприимства // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 2. – С. 15-18.
16. Попова Р.Ю., Александрова А.Ю., Бгатов А.П., Осипова О.Я., Платонова Н.А., Сарафанов В.В., Соничева Н.Е., Чернышова Л.В., Юркина Н.А. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. / под ред. Ю.П. Свириденко. – М.: Изд-во «Кандид», 2018. – 360 с.
17. Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт: издание второе, исправленное и дополненное. – М.: ООО «КомНьюсГруп», 2019. – 368 с.
18. Смирнов К. Больше половины россиян хотят оборудовать жилье технологией «умный дом»: показал опрос [Электронный ресурс] // Идеи вашего дома. – 2022. – Режим доступа: <https://www.ivd.ru/news/bolshe-poloviny-rossiyan-hotyat-oborudovat-zhile-tehnologiej-umnyj-dom-pokazal-opros-99652>.

© Овчаренко Н.П., Галенко Е.В., Охотникова М.А

КЛАССИФИКАЦИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Павленко И.Г.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма и сервиса
факультета социально-культурного сервиса и туризма,
Ставропольский государственный аграрный университет

Османова Э.У.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики, финансов и учёта
Севастопольского филиала Российского
экономического университета им. Г.В. Плеханова

В работе рассмотрены подходы к классификации современных мобильных приложений. Проведённое исследование позволило сгруппировать мобильные приложения по нескольким классификационным признакам – стоимостному, функциональному и содержательному. Осуществлён критериальный анализ особенностей функционирования, выделены преимущества и недостатки каждого вида приложений. Приведены практические примеры использования мобильных приложений в сфере туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: туризм, рекреация, индустрия гостеприимства, цифровые технологии, мобильные приложения.

В современном мире рынок мобильных приложений достаточно обширный и предлагает большое количество различных приложений для сферы туризма. Для наиболее эффективного использования существующего разнообразия приложений, используемых в туризме, понимания их возможностей и способов применения, прежде всего, необходимо провести классификацию мобильных приложений в целом.

Единой классификационной системы мобильных продуктов на данный момент как таковой не существует. Различные источники представляют схожие классификационные признаки, однако единых критериев для сравнения, установленных документально нет. Далее в работе, мы приведём наиболее часто встречающиеся в современной литературе классификационные признаки.

Итак, классификацию мобильных приложений можно проводить по следующим признакам: по принадлежности к разработчикам и особенностям работы [1, с. 26; 6, с. 128]; по исполняемым функциям [5, с. 177]; по стоимости [6].



Рассмотрим первую категорию. По особенностям работы выделяют три вида приложений, среди которых: нативное, гибридное приложение и веб-приложение (другими словами – кроссплатформенное).

С точки зрения разработчика, данные группы классифицируются по скорости и эффективности работы, независимости от поставщика, безопасности, стоимости и сложности разработки и ряду дополнительных критериев, которые приведены в таблице 1.

Нативное приложение представляет собой прикладное мобильное приложение, разработанное для конкретной платформы для решения конкретных задач. Преимуществом нативного продукта является его максимальное соответствие техническим требованиям устройства, что максимально снижает риск возникновения ошибок и сбоев в работе приложения, не требует интернет-соединения, автономно, распространяется через магазины приложений, интегрируется с системой управления самого устройства. Нативные приложения являются наиболее распространённым типом мобильного приложения.

Гибридные мобильные приложения в отличие от нативных разрабатываются для обеих платформ сразу и содержат в себе характеристики нативных приложений и веб-приложений одновременно.

Таким образом, гибридные приложения имеют доступ к аппаратной части смартфона или другого устройства, но также требуют подключения к интернету, поскольку им необходима загрузка информации из внешнего источника, который размещен на сервере.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика
мобильных приложений по особенностям их работы**

Тип приложения /Критерий сравнения	Нативное приложение	Гибридное приложение	Веб-приложение
Наличие доступа к функциональной части устройства	Полное	Частичное	Нет
Стоимость разработки приложения	Высокая	Доступно	Доступно
Скорость работы	Высокая	Зависит от скорости интернет-соединения	Зависит от скорости интернет-соединения
Возможность распространения через AppStore, Google Play	Возможно	Возможно	Недоступно
Процесс модерации	Обязателен	Обязателен	Нет

Преимуществом данного типа приложений является функциональность при относительно невысокой стоимости разработки, возможность независимого обновления и распространения через магазины мобильных приложений. Однако из минусов – это проблема с адаптацией дизайна под различные размеры и расширения экранов устройств, которых на рынке на данный момент бесчисленное множество.

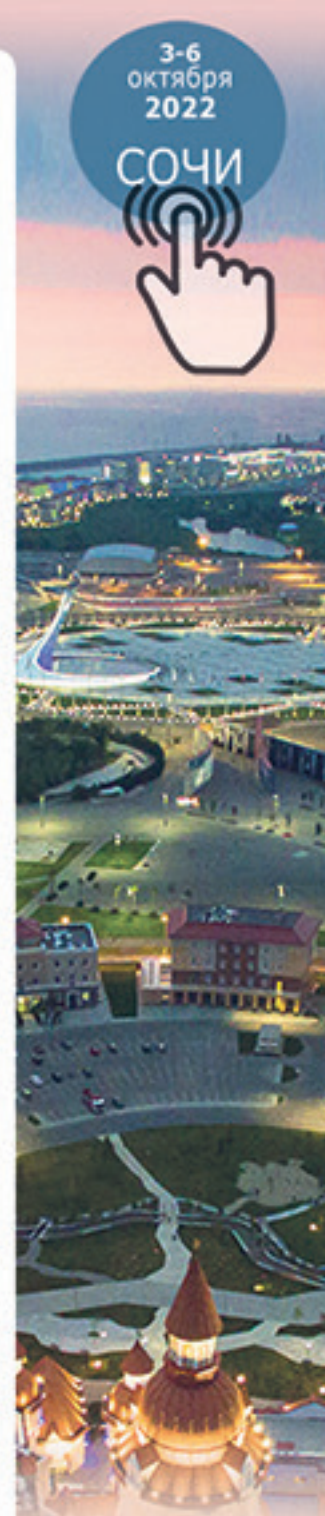
Перейдем к веб-приложениям. Они в свою очередь являются адаптацией сайтов для пользователей смартфонов. В данном случае это клиент-серверное приложение, к котором пользователь сам взаимодействует с веб-сервером при помощи интернет-браузера. Таким образом нет возможности сохранения персонального набора информации на самом устройстве или в приложении, вся информация преимущественно хранится на сервере. Самое главное преимущество веб-приложений – это их кроссплатформенность, то есть возможность не зависеть от конкретной операционной системы устройств пользователей. Из недостатков – это полная зависимость от Интернет-соединения, вследствие чего скорость передачи данных и работы самого приложения может существенно замедляться, снижая его эффективность.

Подводя итог данной классификации, можно сказать, что выбор того или иного вида приложения будет зависеть от цели его создания и функционального назначения. Каждый из представленных выше типов имеет как ряд преимуществ, так и недостатков.

Говоря об аспекте извлечения прибыли, выбор того или иного типа приложения будет зависеть от функциональных, технических и коммерческих требований заказчика, отражающих специфику его деятельности или деятельности его предприятия. Мобильное приложение должно органично вписываться в экосистему бизнеса, для которого оно создается, и быть его эффективно работающей составляющей [3, с. 29].

Далее рассмотрим классификацию мобильных приложений по исполняемым функциям [5, с. 178]. В данной группе можно выделить следующие подтипы приложений: утилиты; развлекательные приложения; социальные сети; приложения для бизнеса; финансовые мобильные приложения; контентные приложения; промо-приложения; образовательные приложения; приложения для путешествий и туризма.

Разберём детальнее каждый подтип более подробно. Утилиты представляют собой служебные (вспомогательные) приложения, позволяющие расширять возможности операционного обеспечения устройства (диктофон, калькулятор, управление файлами, виджеты и тому подобное). Данный блок не так интересен для пользователя, как последующие, однако в отличие от других приложений позволяет персонализировать оболочку операционной системы под её пользователя.



Развлекательные приложения – более обширный блок, включающий в себя преимущественно игровые приложения, мультимедиа и музыкальные приложения, приложения редакторы аудио-, фото- и видео-контента. Такие приложения пользуются большой популярностью и зачастую предустановлены на многие устройства. Следующий тип приложений – это социальные сети, другими словами, это сервисы, позволяющие общаться в сети. Зачастую приложения социальных сетей являются гибридными, так как они разрабатываются для всех операционных систем и адаптируются к подавляющему множеству устройств. Многие приложения социальных сетей включают в себя интеграции других мини-приложений развлекательного характера, электронные деньги, возможность совершения платежей и т. д.

Далее рассмотрим блок приложений для бизнеса. Сюда можно отнести различные планеры, приложения по поиску работы, например, HeadHunter, приложения для различных организаций (отелей, ресторанов, магазинов, доставок). Бизнес-приложения могут объединять в себе остальные перечисленные выше приложения, но зачастую основной целью их создания является получение дополнительной прибыли, посредством продажи через них товаров или услуг, рекламы, сервисов, других мобильных приложений и т. д. С их помощью можно организовывать работу, управлять сотрудниками, повышать прибыль и разрабатывать бизнес-стратегии. Удобно, что эта деятельность может осуществляться в игровом формате. Для руководства предприятий преимущество таких приложений заключается в том, что даёт им возможность получать актуальную информацию о текущей работе предприятия.

Что касается финансовых мобильных приложений – то здесь все предельно ясно. К данной категории относятся различные интернет-банкинги, электронные деньги и кошельки, приложения по учёту доходов и расходов, инвестиций, акций, курса валют и тому подобное. Использовать такие приложения можно и в повседневной жизни пользователя, и в бизнес-процессах различных предприятий [7, с. 34].

Перейдём к контентным приложениям, данный блок включает в себя различные приложения новостных лент и изданий, электронных книг, подкастов, приложения со спортивным контентом, сюда также можно включить различные приложения для просмотра фото и видео. Такие приложения считаются достаточно распространёнными.

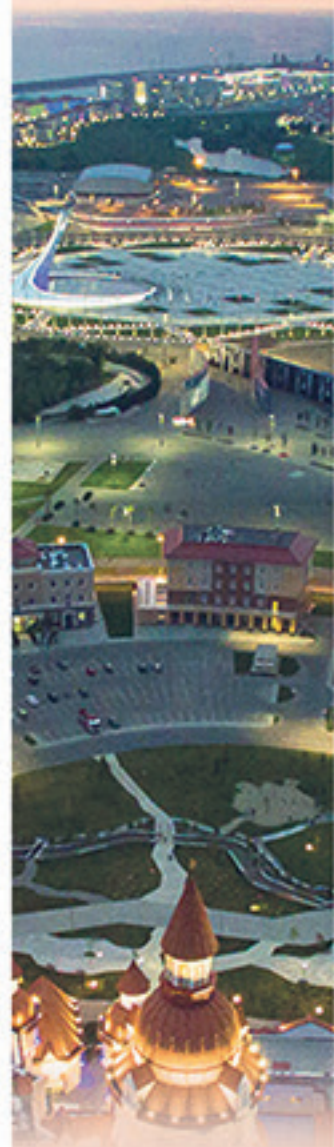
Рассматривая промо-приложения стоит сказать, что большинство подобных мобильных продуктов создаётся для бизнеса, и служат инструментом продвижения предприятия. Главной целью их создания – является максимальный охват потенциальных потребителей на различных

площадках, где есть возможность заказывать доставку продуктов, одежды, различных товаров, услуг, билетов в театры, кино и на концерты и прочее. Мобильные промо-приложения раскрывают огромное количество возможностей для любой компании. Во-первых, развивается бизнес и растёт имидж организации. Также увеличивается популярность, следовательно, привлекаются новые клиенты. Продажи растут с огромной скоростью, так как в интернете мобильным приложением пользуется огромное количество людей.

Отдельным блоком выделены образовательные приложения. К данной категории можно отнести большое количество приложений, с помощью которых сейчас появилась возможность организовать образовательные процессы как в школах, ВУЗах так и в процессе самообразования. Особую популярность образовательные приложения получили в последний год, когда большинство образовательных учреждений были вынуждены перейти на дистанционный формат обучения. К образовательным приложениям можно отнести различные языковые обучающие площадки, переводчики, электронные библиотеки, приложения с различными образовательными курсами, программами, чек-листами, формами для выполнения заданий и многое другое. Также к образовательным можно отнести приложения для создания документов, таблиц, презентаций. В современном мире развитие образовательной системы в on-line стремительно набирает обороты, что, в свою очередь, стимулирует разработку и выпуск новых и новых приложений.

Далее рассмотрим наиболее интересующий нас блок приложений – группу мобильных приложений для туризма и путешествий [8, с. 190]. Ежедневно рынок мобильных приложений для туризма расширяется, однако наиболее популярными остаются сервисы по бронированию отелей, апартаментов, хостелов, а также приложений для покупки авиа- и железнодорожных билетов.

Также достаточно часто используются приложения с онлайн и офлайн-картами, различными путеводителями, информационными порталами о том или ином городе или районе. Наибольшим интересом у туристов на сегодняшний день пользуются крупные онлайн-платформы о путешествиях, имеющие свои мобильные приложения. Такие платформы совмещают в себе вышеперечисленные функции: позволяют искать и бронировать отдых, дополнительные услуги, а также общаться, читать и оставлять отзывы об отелях, ресторанах и различных местах отдыха. Подобные сервисы и приложения стимулируют развитие туристских предприятий и отрасли в целом, так как каждое предприятие стремится повысить свою узнаваемость и рейтинг на подобных платформах. Эффективность использования мобильных приложений в сфе-



ре туризма сложно недооценить, они имеют массу преимуществ, как для предприятий, так и для самих туристов [9, с. 367]. Более подробно современные тенденции использования мобильных приложений в туризме будут рассмотрены в следующих главах.

Далее рассмотрим классификацию приложений по стоимостному признаку [10]. В данном блоке мы можем выделить две группы приложений, среди которых: платные и бесплатные (рис. 1).

Первая группа – это приложения, имеющие фиксированную плату за скачивание или регулярную подписку. Бесплатные приложения в свою очередь мы можем также разделить на приложения с интегрированной рекламой и с встроенной функцией покупок. В сфере туризма зачастую используются именно они.

Рассматривая группу платных приложений более детально, мы можем сказать, что они представляют собой уже сформированный, качественный мобильных продукт, стоимость которого определена исходя из набора его функциональных возможностей, возможности обновления контента, сложности и стоимости разработки. Зачастую, стоимость такого приложения уже установлена в магазине мобильных приложений и предлагается к списанию в момент скачивания на девайс.

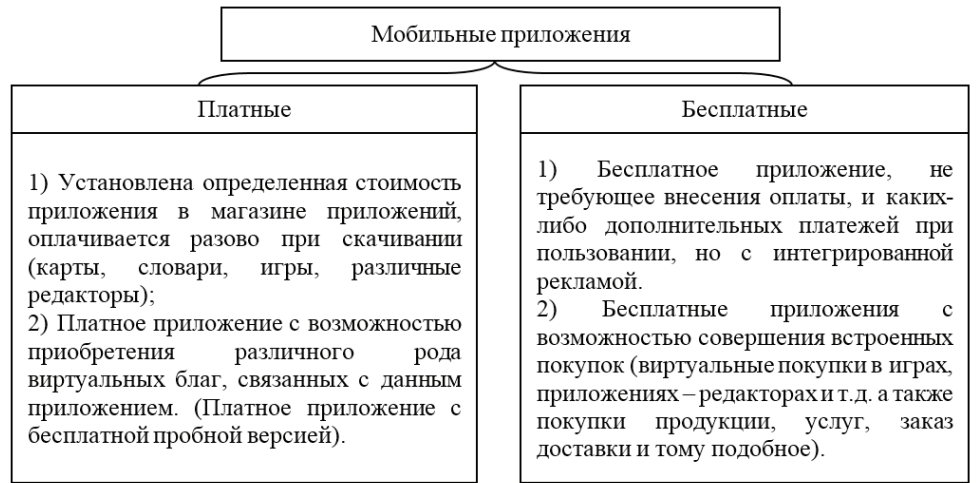


Рисунок 1 – Классификация мобильных приложений по виду монетизации.
Источник: составлено авторами на основании источников [2, 10]

Оплата может быть, как разовой – при скачивании, так и ежемесячной. Ежемесячная оплата преимущественно присуща приложениям, в которых предусмотрено постоянное обновление контента. Примером таких приложений могут быть аудиогиды, книги, приложения с музыкой, фильмами, автодорожными картами, обучающие приложения с курсами и так далее.



Также разработчики платных приложений достаточно часто прибегают к такому решению как «Trial» – бесплатная пробная версия приложения, доступная без оплаты в течении определённого времени. Такой подход позволяет привлечь новых пользователей более эффективно.

Говоря о бесплатных приложениях – стоит сказать, что бесплатны они для скачивания, однако монетизация в таких приложениях осуществляется посредством внедрения рекламных интеграций или же посредством осуществления пользователями встроенных покупок. Выбор того или иного типа монетизации прежде всего зависит от цели создания приложения и его целевой аудитории. Сейчас рекламные интеграции широко распространены и всё чаще и чаще используются в бесплатных приложениях.

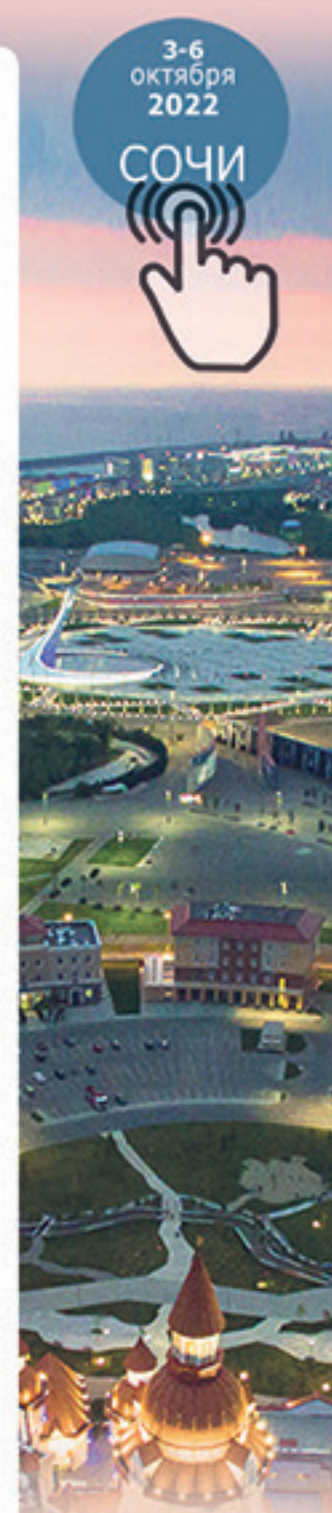
Что касается сферы туризма и гостеприимства то чаще всего разработчики создают приложения бесплатные для скачивания, но с возможностью совершения покупок внутри приложения. К примеру, такими приложениями являются: Tripadvisor, Booking, Aviasales, Airbnb и многие другие приложения конкретных турфирм, отелей, хостелов, ресторанов, СПА-комплексов и т. д.

Рассмотрев классификацию мобильных приложений, можно утверждать, что перечень указанных классификационных признаков не является окончательным. В связи с тем, что рынок мобильных приложений стремительно развивается, классификацию можно продолжать по множеству дополнительных, более узких признаков, однако все они будут вытекающими из указанных ранее.

Сегодня мобильные приложения при всем их разнообразии и разнонаправленности становятся мощным маркетинговым инструментом практически для любой отрасли и любой компании [4, с. 112]. Все больше и больше людей прибегают к использованию своих смартфонов в совершении покупок, что позволяет различным предприятиям, вне зависимости от отрасли их хозяйствования, прибегать к внедрению в свои бизнес-процессы мобильных продуктов. Повышение узнаваемости бренда, налаживание новых каналов сбыта, привлечение новой заинтересованной аудитории, информирование, быстрое прямое общение – всё это становится доступнее с развитием мобильных технологий и приложений в том числе. Современные предприятия по-разному используют мобильные приложения в своей деятельности. Кто-то делает акцент на автоматизации бизнес-процессов, кто-то на увеличение продаж, кто-то на конкурентоспособности, все зависит от целей и задач конкретного предприятия.

Список литературы

1. Богданенко Д.А. Подходы к архитектурному проектированию веб-приложений // Молодой учёный: статья в журнале – научная статья. – 2018. – № 9(195). – С. 24-29.
2. Бохуш Н. Монетизация мобильных приложений. Набр официальный сайт: – М., 2020. – URL: <https://habr.com/ru/post/514710>.



3. Варивода В.С. Проблемы глобализации и интеграции международного бизнеса и их влияние на мировую экономику // Проблемы экономики. – 2012. – № 1. – С. 28-30.
4. Грингард С. Интернет вещей: Будущее уже здесь / С. Грингард. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 180 с.
5. Китова О.В. Применение информационно-аналитических технологий для повышения эффективности маркетинговой деятельности // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 4(56). – С. 176-179.
6. Китова О.В. Цифровой бизнес: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки 38.04.01 "Экономика", 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация "магистр"). – М.: ИНФРА-М, 2018. – 416 с.
7. Лисова О.М., Елфимова Ю.М., Радишаускас Т.А. Управление устойчивым развитием предприятий: эколого-экономический аспект // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 133. – С. 30-39.
8. Наволокина К.А., Шахрамьян И.Д. Инновационное развитие в индустрии туризма // Молодые аграрии Ставрополя: сборник студенческих научных трудов по материалам 83-й научно-практической конференции, Ставрополь, 20 марта 2018 г. / Мин-во сельского хоз-ва РФ, ФГБОУ ВО СтГАУ, НИЦ. – Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2018. – С. 189-192.
9. Трухачёв А.В., Иволга А.Г. Анализ влияния факторов на въездные/выездные туристские потоки на примере отдельных стран // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – С. 367.
10. Черникова Е.В. К вопросу о маркетинговой классификации мобильных приложений // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 2-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-marketingovoy-klassifikatsii-mobilnyh-prilozheniy>.

© Павленко И.Г., Османова Э.У., 2022

УДК 338.48

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ: МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ТЕРРИТОРИЯМИ

Павлова М.П.

кандидат экономических наук,
докторант кафедры «Социология»,
Опорный Тольяттинский
государственный университет

Управление инновационными территориями, ориентируется не только на экономический аспект, но и социальный, при этом он должен быть первоочередным. Автор взял это за основу исследования, так как именно креативное восприятие повседневной картины мира человеком обеспечивает инновационность социальных и экономических процессов территории. Национальные проекты России с одной стороны, обеспечивают непрерывность инновационной деятельности на территории, с другой, рассматриваются как ресурсное обеспечение развития территории по инновационному сценарию.

Ключевые слова: национальные проекты, инновационное пространство, инновационная деятельность, трансфер знаний, управление территориями.

Не люди совершают путешествия,
а путешествия создают людей.

Д. Стейнбек

Известно, что любая территория представляет собой сложную, устойчивую социально-экономическую систему, где гармонично взаимодействуют непрерывные экономические и социальные процессы. Положительный эффект управления территориями во многом обеспечивается достижением баланса между ресурсами территории, выработанной стратегией развития и системой администрирования этой территории [2, с. 77]. Очевидно, что исследование ресурсного потенциала территории заключается в его оценке, анализе и правильно организованных территориальных воспроизводственных процессах. Стратегия развития территории в основе опирается на национальные проекты, инициатива подготовки и реализации которых принадлежит Президенту Российской Федерации В.В. Путину [4]. Национальные проекты по ключевым направлениям социально-экономического развития обеспечивают эффективное сценарное развитие территории и общества. Кумулятивный положительный эффект от управления территорией во многом определяется правильным сочетанием экономических и социальных показателей, управленческие процессы здесь в большей степени зависят от социальных взаимодействий субъектов и объектов управления на разных уровнях организационных иерархий. В основном система управления территории направлена на организацию непрерывного процесса производства работ и оказания услуг для удовлетворения потребностей населения этой территории. Разумеется, эффективный менеджер территории всегда находится в актуальном поиске перспективных способов и методов стимулирования развития территории с учётом её особенностей, и потенциальных способностей.

Доказательная эффективность внедрения инновационного сценария развития экономики на территории ни у кого не вызывает сомнения. Процесс превращения теоретических знаний в «инновации» и их внедрение задействует не только экономические, но и социальные процессы, при этом результат от внедрения способствует быстрому прогрессивному развитию общества и территории. Масштабные инновационные преобразования, обсуждаются на государственном, региональном, муниципальном уровнях и находятся в прямой зависимости от выбранной системы управления инновационным развитием пространства. Человек как носитель информации и её потребитель формирует межличностные взаимоотношения, которые становятся основой в инновационном развитии территории. Благоприятная социальная и экономическая среда территории обеспечивает высокое



качество жизни человека, а научно-технологичное развитие территории обуславливает использование социального и трудового потенциалов высококвалифицированного специалиста, владеющими знаниями, навыками и умениями, которые являются ценностным ресурсом для повышения эффективности производства и её конкурентоспособности.

Одним из перспективных способов развития территории в рамках инновационной экономики, является развитие туризма в комбинации с реализацией национальных проектов на территории.

Аргументируем это следующими положениями, опираясь на то, что любое развитие территории по инновационному сценарию опирается на формирования благоприятной и комфортной среды для реализации человеком инновационной деятельности и организации трансфера знаний для повышения образовательного и культурного потенциала населения.

Во-первых, новая пространственная реальность, сформированная зависимостью постиндустриального общества от прогрессирующих инновационных процессов, определяет новую форму бытия человека, при его непосредственном участии в динамических, инновационных преобразованиях и пространственных связях. Многомерность нового инновационного пространства обеспечивает комбинацию областей жизнедеятельности участников (например, наука, образование, рынок, производство, культура и т. д.), так, чтобы меняющиеся в результате этой комбинации социокультурные ценности провоцировали прогрессивное развитие общества через культивирования творческих идей. Исследования вопроса конструирования пространственной среды человеком, позволяют рассматривать инновационное пространство как часть социокультурного пространства территории, способного вместить и структурировать всё многообразие существующей реальности. В социокультурном пространстве на территории с инновационной экономикой у человека достаточно сложные социальная роль и функция, когда повседневные действия реализуются с учётом творческой и интеллектуальной составляющей их деятельности в рамках культурных норм и традиций. Все это провоцирует процессы самосовершенствования, самореализации творческого потенциала индивида, развитие его духовно-нравственных качеств. Оценивать эффективность сформированного под воздействием инновационных преобразований социокультурного пространства возможно только с определения его социокультурного потенциала и его способностей к воспроизводственным процессам. Воспроизводственные процессы такого потенциала определяют возникновения новых форм и качеств взаимодействия и взаимоотношений социальных акторов территории, а его качество отражает уровень благосостояния человека.

Социокультурный потенциал территории по своей сути, представляет социокультурные возможности человека, который используя свои эмоционально-чувственные и креативные ресурсы, участвует в организации инновационной деятельности и, как результат, формируется инновационное пространство территории [3, с. 360].

Туризм мы рассматриваем в данном контексте как инструмент воспроизводственных процессов социокультурного потенциала, участвующего в формировании смыслового пространства для комфортного пребывания человека. Туризм как вариант досуговой деятельности, обеспечивает развитие и формирования личности его творческого потенциала, определяет условия для самореализации и индивидуально-личностного развития и ценностных ориентаций, снимая эмоциональную напряжённость в инновационном обществе.

Исследования социокультурного потенциала территории в поэлементном разрезе (образование, культурная память, досуговая деятельность, здоровьесбережения, коммуникативные связи, творчество и инновации) определяет прямую зависимость между развитием национальных проектов и элементами социокультурного потенциала, при этом очевидно поэлементное взаимодействие друг с другом для получения синергетического положительного эффекта социокультурного пространства территории с инновационной экономикой.

Во-вторых, неоспоримым является тот факт, что инновационный путь развития территории во многом опирается на механизмы трансфера знаний, улучшая тем самым абсорбционные возможности территории. Предлагаем, в качестве такого канала трансфера рассмотреть туристский поток, так как туризм стимулирует формирование новых информационно-коммуникационных связей между людьми и группами. Здесь будем рассматривать двойную разнонаправленную связь между туристом, как субъектом знаниевого и культурного потенциала и хозяином территории, тоже носителем этих потенциалов [3, с. 531].

Таким образом, механизм этого канала трансфера формируется следующим образом: трансляция знаний, мотивированная непрерывным процессом интеллектуального совершенства и трансляция культурных ценностей, норм и правил обеспечивают запуск триггерного действия для созидательной творческой и инновационной деятельности и распространения интеллектуального поведения на территории.

При этом инструменты исследуемого трансферного канала, следующие: первый – «приобретение знаний», когда происходит обмен знаниями для достижения социально-экономической цели при формировании социальных связей туристского потока с населением территории; второй – «диффузия знаний», когда обмен знаниями происходит спонтанно. Обобщающая их характеристика заключается в трансляции опыта иннова-



ционной деятельности, опыта использования инноваций, влияющих на улучшения качества жизни общества, а также культурных ценностей и норм на новые территории, что отражается на обогащении культурного и знаниевого потенциалов территории, соединённых туристским потоком.

В-третьих, очевидно, что все вышеперечисленное предопределяет формирования масштабных финансовых потоков на территории. Финансирования национальных проектов происходит с помощью бюджетных и внебюджетных средств при участии федерального, регионального бюджетов с привлечением частных инвестиций на условиях государственно-частного партнёрства. При этом в рамках национальных проектов модернизируются инфраструктурные комплексы по приоритетным направлениям развития территории, оснащаются новыми технологиями, оборудованием, привлекаются специалисты высокого уровня [1]. С точки зрения инновационной экономики, с одной стороны, формируется костяк инновационной инфраструктуры и инфраструктуры управления интеллектуальной собственностью на территории и определяются взаимозависимые социально-экономические процессы (наука-образование-производство-рынок) обеспечивающие инновационные преобразования территории, с другой стороны, генерируется ресурсное обеспечение развития инновационного пространства для формирования конкурентных преимуществ, которые обеспечивают высокий уровень рыночной и социальной активности субъектов территории.

Подведём итоги. Человек, его качество жизни и его креативное восприятие повседневной картины мира, способствуют формированию инновационного мышления в контексте анализа сценарного развития социальных и экономических процессов территории. Туристская деятельность позволяет иначе взглянуть на привычные процессы жизнедеятельности с учётом полученных знаний и изучении иных культурных норм и традиций. Эта деятельность задействована в непрерывном воспроизводственном процессе трудового потенциала для повышения эмоционально-чувственных и креативных ресурсов человека. Все это обеспечивает свободу человека в выборе своих действий, свободу от шаблонов, эталонов, стереотипов, присущих обществу, свободу в принятии определённой мировоззренческой позиции и следование ей. Свобода первична в творчестве и, как результат, важна для инновационного развития территории. Обеспечивающие это инфраструктурные комплексы, созданные в рамках национальных проектов, усиливая синергетический эффект развития туристской деятельности, участвует в прогрессивном развитии общества и территории по инновационному сценарию развития. Поэтому процесс управления инновационными территориями становится все более контролируемый, структурированный и комплексный, охватывающий и социальную, и экономическую сторону.

Список литературы

1. Иванов О.Б., Бухвальд Е.М. Национальные проекты России: региональное измерение // Актуальные вопросы экономики. – 2019. – С. 37-52.
2. Новиков Д.А. Методология управления. – М.: Либроком, 2011. – 128 с. (Серия «Умное управление»)
3. Творчество: от биологических оснований к социальным и культурным феноменам / под ред. Д.В. Ушакова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. – 736 с.
4. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

© Павлова М.П., 2022.

УДК 330.342.23

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Панин А.С.

магистрант,

факультет информационных технологий и математики,

кафедра информационных технологий,

Сочинский государственный университет

В статье анализируются информационные технологии и их применение в условиях цифровой экономики. Автор также приводит примеры применения технологий искусственного интеллекта в реализации Национального проекта «Цифровая экономика».

Ключевые слова: цифровая экономика, искусственный интеллект, цифровые технологии, информационные технологии.

В условиях современных реалий цифровые технологии являются неотъемлемой частью человеческой жизни – они используются абсолютно в любой сфере общественной деятельности – государство, общество, экономика, финансы и быт человека. Например, в бизнесе уже давно используют CRM-сервисы, а для удалённой работы разработаны различные продукты вроде онлайн-сервисов, программ или информационно: пользовательских сред для получения, обмена и преобразование информации, данных.

Цифровые технологии открыли новый век, новую «эру» человечества – мир высоких технологий. Ни для кого не секрет, что наше общество уже не приобретает, как с десять лет назад, а закрепляет статус информационного общества, так как информация сейчас является одним из наиболее ценных ресурсов в достижении преимущества в экономической, политической сферах.



Текущая действительность такова, что нынешние тенденции развития общества построены на фундаментальной основе, называемой информационными технологиями. Так и государственная власть должна своевременно строить адаптивные и гибкие стратегии развития государства.

Нынешние национальные проекты Российской Федерации можно назвать адаптивными и гибкими, так как они учитывают множество факторов реализации, таких как динамичность развития общественных тенденций, рисков, связанных с финансовой деятельностью, постоянный рост уровня развития информационных технологий и много другое.

Основная часть. Все чаще и чаще люди сталкиваются с понятиями цифровая экономика, цифровые технологии, цифровая безопасность. Все эти определения относятся к понятию цифровой трансформации – процессу «оцифровке» экономических отношений между субъектами экономики. Передовые государства стремятся создать цифровую экономическую среду, которая частично или полностью заменит существующие экономические взаимоотношения.

Цифровые технологии – это технологии, которые используют компьютеры и(или) другую современную технику для записи кодовых импульсов и сигналов в определённой последовательности и с определённой частотой [1].

Научные исследования и примеры внедрения ИИ показывают, как компании, которые используют новые возможности ИИ, совершают технологический прорыв, получают ощутимый результат и конкурентное преимущество. ИИ не просто позволяет существенно модернизировать многие технологические и социальные процессы, делая их эффективнее (повышая производительность труда и расширяя возможности человека), он меняет саму природу труда, кардинально перестраивая процессы управления и выдвигая новые требования к набору компетенций, меняя характер взаимодействия человека и машины [2].

Для реализации комплексного Национального проекта «Цифровая экономика» Правительством РФ были определены направления деятельности, они же федеральные проекты [3]:

- «Нормативное регулирование цифровой среды»
- «Кадры для цифровой экономики»
- «Информационная инфраструктура»
- «Информационная безопасность»
- «Цифровые технологии»
- «Цифровое государственное управление»
- «Искусственный интеллект»
- «Обеспечение доступа в Интернет за счёт развития спутниковой связи»

- «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли»
- «Цифровые услуги и сервисы онлайн»

Федеральный проект «Искусственный интеллект» направлен на создание условий для того, чтобы предприятия и граждане использовали продукты и услуги, основанных на преимущественно отечественных технологиях искусственного интеллекта, обеспечивающих качественно новый уровень эффективности деятельности

Данный проект предполагается реализовать в следующих направлениях:

- Реализация федерального проекта осуществляется по следующим направлениям:
- поддержка научных исследований и разработок;
- разработка и развитие программного обеспечения, в том числе за счет поддержки стартапов и пилотных внедрений технологий ИИ;
- создание комплексной системы правового регулирования в сфере искусственного интеллекта;
- повышение доступности и качества данных;
- повышение доступности аппаратного обеспечения;
- повышение уровня обеспечения российского рынка технологий ИИ квалифицированными кадрами и уровня информированности населения о возможных сферах использования ИИ.

В настоящее время проект реализуется полным ходом.

В середине февраля 2022 г. стало известно о разработке в России дорожной карты по внедрению технологий искусственного интеллекта в регионах страны. Авторы документа – представители Минцифры, властей субъектов РФ и центра экспертизы по реализации федерального проекта «Искусственный интеллект» при Правительстве Российской Федерации.

По данным источника издания, в аппарате вице-премьера Дмитрия Чернышенко считают, что активное участие руководителей регионов в реализации указанных в «дорожной карте» мероприятий «даст импульс развитию этого вектора цифровизации на уровне субъектов». В то же время высокопоставленный источник издания в одном из ИТ-холдингов назвал «дорожную карту» «крайне сырой».

О корректировке части показателей и индикаторов федерального проекта «Искусственный интеллект до 2024 года» «с учётом текущей повестки противодействия санкциям», «Коммерсанту» в апреле 2022 г. рассказали в аппарате вице-премьера Дмитрия Чернышенко. Там отметили, что в 2022 г. предусмотрены мероприятия по предоставлению грантов на разработку ИИ-решений, их продвижение и внедрение [4].

Применять технологии искусственного интеллекта можно во многих аспектах экономики: промышленность, финансы, торговле, логистики, сельском хозяйстве, туризме и сфере гостеприимства и др.



К примеру, в промышленности технологии ИИ могут использоваться на уровне проектирования, чтобы повысить эффективность разработки новых продуктов или автоматизированной оценки поставщиков и анализ требований к запчастям и деталям [5].

Также может использоваться и на уровне производства – совершенствование процесса исполнения задач, автоматизация сборочных линий, снижение количества ошибок, уменьшение сроков доставки сырья и т. д.

Применительно к туризму, могут быть использованы технологии анализа и мониторинга поведения туристов, построения туристических маршрутов на основе запросов в интернете и др.

В конце мая 2022 г. на заседании рабочей группы по результатам работы шести исследовательских центров в сфере искусственного интеллекта, отобранных в рамках федерального проекта «Искусственный интеллект» национального проекта «Цифровая экономика», вице-премьер Дмитрий Чернышенко сообщил, что Использование технологий искусственного интеллекта принесло российской экономике более 300 млрд рублей по итогам 2021 г.

По словам председателя Правительства РФ, наиболее заметный прирост от применения наработок в сфере ИИ в 2021 г. произошёл в финансовом секторе (69 млрд рублей) и отрасли информационно-коммуникационных технологий (55 млрд рублей).

Для достижения ещё больших результатов власти делают упор на подготовку квалифицированных кадров в сфере ИИ. Так, одним из важных элементов системы подготовки вице-премьер считает исследовательские центры. [6]

Уточняется, что основная задача созданных центров – разработать прорывные решения и обеспечить Россию лидерскими позициями в сфере искусственного интеллекта на мировой арене.

Как отметил Дмитрий Чернышенко, в 2021 г. на реализацию программ центры получили господдержку в размере более 901 млн рублей. Всего до 2024 г. на их поддержку из федерального бюджета планируется направить 5,4 млрд рублей. Еще 2,5 млрд рублей привлекут за счёт индустриальных партнёров.

Правительство РФ определяет приоритетные позиции и направления в формировании стартовых условий и конкурентных преимуществ во многих сферах информационных технологий (далее ИТ). Это также подтверждается совсем недавним событием 6 апреля 2022 г., связанным с увеличением финансовой поддержки российских компаний развития ИИ и их исследовательских разработок в три раза. Ожидается, что к 2024 г. около 1 200 таких компаний получат в общей сложности более 17 млрд рублей, включая внебюджетные средства индустриальных заказчиков. Ранее кабинет министров утверждал выделение 5,26 млрд рублей.

Список литературы

1. Машевская О.В. Цифровые технологии как основа цифровой трансформации современного общества // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2020. – № 1. – С. 37-44. (дата обращения: 07.07.2022).
2. Зайнетдинов Э. 30 бизнес-процессов, которые изменятся из-за искусственного интеллекта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hype.ru/deecrypto-store-club/30-biznes-processov-kotorye-izmenyatsya-iz-za-iskusstvennogo-intellekta-dkvza585> (дата обращения: 07.07.2022).
3. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам. Протокол от 24 декабря 2018 г. – № 16). – <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858>.
4. Влияние технологий искусственного интеллекта на экономику и бизнес. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/a/425211> (дата обращения: 07.07.2022).
5. Искусственный интеллект. Области применения – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/a/389695> (дата обращения: 07.07.2022).
6. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/a/459659> (дата обращения: 07.07.2022).

© Панин Антон С., 2022

УДК 338.48

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Петросян С.К.
магистр,

Российский университет дружбы народов

Дегтярев П.А.

доцент кафедры «Финансы и кредит»
Сочинского института (филиала)

Российского университета дружбы народов

В статье поднимаются вопросы о перспективе технологий Больших данных (Big Data) для индустрии туризма и гостеприимства. Представлен опыт использования технологий Big Data организациями в России, а также рассмотрены проблемы их внедрения. Также сделан вывод о том, что использование цифровых технологий обладает потенциалом для улучшения качества туристских путешествий.

Ключевые слова: Big Data, умный туризм, гостеприимство, «Развитие туризма».

Цифровые технологии обработки данных активно используются в сфере туризма. Говоря о цифровизации в отрасли, эксперты всё чаще используют выражения «умный туризм» и «туризм 4.0». Цифровая революция и технологии радикально изменили язык и концепции отрасли.

Появление Big Data обусловлено повышением влияния технологий на нашу повседневную жизнь. Источниками таких данных являются электронные ящики, клики и переходы по сайтам Интернета, транзакции по банковским картам, социальные сети, сведения о роуминге мобильных

телефонов, QR-коды и др. Технологии и методы анализа предоставляют возможность не только разрабатывать туристические продукты и предложения, но и способны спрогнозировать результаты такой деятельности.

Растущая роль технологий Big Data заставляет задуматься о необходимости интеграции цифровых технологий в туристскую сферу. Положительный опыт использования Big Data нередкость. Огромное количество компаний в мире могут похвастаться результатами, достигнутыми после активного внедрения технологий в бизнес-процессы.

На сегодняшний день в нашей стране разрабатывается цифровой профиль туриста, способный определить возможные потребности в каждом отдельно взятом регионе [1]. В разработке проекта принимают участие телекоммуникационные компании, банки, мобильные операторы, перевозчики, туроператоры, соцсети и сайты с отзывами. По оценке экспертов, сведения банковского сектора могут послужить базой для формирования портрета туриста, так как они обладают данными о тратах в поездке, выборе категории отелей и целей путешествий.

Технологии Big Data также применяются для анализа туристических потоков, создаются аналитические инструменты с глубоким охватом данных и прогнозирования целевых показателей. Например, панель «Туризм» на платформе «СберАналитика» [2] позволяет оценить вклад отрасли в региональную экономику, определить приоритеты развития индустрии. В 2020 г. на основе Big Data разработан первый индекс по развитию туризма в регионах России. Проводя анализ информации и предоставляя визуальную модель данных в интерактивном формате, сервис способен подобрать рекомендации для разработки продуктов для бизнеса и госсектора.

Создание ещё одной цифровой платформы «МТС.Регион» позволило провести анализ туристических потоков, а именно проследить реальное количество туристов, среднюю продолжительность в поездке, наиболее популярный транспорт и локации [3].

Big Data позволили составить «портрет» среднестатистического туриста, содержащий социально-демографические характеристики, уровень дохода и сферу интересов туриста. На основе данных платформы был сформирован региональный рейтинг, в котором указаны места отправления туристов в поездку, объекты притяжения, объём туристического потока, анализ сезонности и приоритетные направления развития авиасообщения.

24 декабря 2021 г. Правительство Российской Федерации издало постановление «Об утверждении государственной программы РФ «Развитие туризма» [4]. В Постановлении говорится, что для поддержания роста конкурентоспособности и раскрытию потенциала туристского продукта необходимо, помимо прочего, достижение уровня мировых лидеров в развитии цифровой инфраструктуры и цифровых платформ продвижения туристских продуктов и брендов, цифровых средств навигации в формировании туристского продукта.

В программе определены следующие цели:

- создание и внедрение цифровых решений, обеспечивающих гражданам доступ к информации о возможностях отдыха внутри страны, а также к туристским цифровым сервисам;
- реализация мероприятий по цифровизации государственного управления в сфере туризма;
- усовершенствование государственного управления в сфере туризма.

Использование цифровых технологий требует от государства инновационных шагов [5], в частности с помощью объединения государственных и частных технологических компаний. Опираясь на мировой опыт, можно сделать вывод о том, что партнёрство частного и государственного секторов, с помощью имеющегося объёма цифровых данных, имеет возможность анализировать состояние туристского рынка и его возможность удовлетворять имеющиеся потребности туристов.

Так, необходимо принять во внимание:

- использование цифровых данных для прогнозирования поведения потенциальных потребителей и продвижения идеи сотрудничества туристских фирм с технологическими компаниями;
- потенциал цифровых данных для анализа поведения туристов, регулирование длины очередей и общее улучшение впечатлений от дестинации как для гостей, так и для местного населения;
- эффективность механизмов цифровых данных в регулировании популярных направлений, поскольку мониторинг в режиме реального времени помогает фиксировать неожиданные скопления посетителей и предоставлять инструменты менеджерам объектов и транспортным операторам в разработке как немедленных, так и долгосрочных мер.

Список литературы

1. Ассоциация Больших Данных. В России создадут цифровой профиль туриста. URL: https://rubda.ru/association_news/v-rossii-sozdatut-cifrovoj-profil-turista/ (дата обращения: 11.04.2022).
2. СберИндекс. Туризм. Объективная оценка состояния туристической отрасли в России. – URL: https://sberindex.ru/ru?partition=9&_ga=2.145058420.1100907868.1649680753-1744599890.1649680753 (дата обращения: 11.04.2022).
3. МТС запустила платформу для эффективного управления регионом на основе Big Data. 02.09.2021 – URL: <https://moskva.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-rossii-i-mire/2021-09-02/mts-zapustila-platformu-dlya-effektivnogo-upravleniya-regionom-na-osnove-big-data> (дата обращения: 11.04.2022).
4. Национальные проекты РФ. – URL: <https://национальныепроекты.рф/opportunities> (дата обращения: 12.01.2022).
5. Постановление правительства России от 24 декабря, 2021 г. – № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма». – URL: <http://static.government.ru/media/files/Wdbna3vXF5dFlp2SITXiAWeCr311oTmL.pdf> (дата обращения: 07.01.2022).

© Петросян С.К., Дегтярёв П.А.



УДК 338.48 (711.455)

ОБРАЗОВАНИЕ КУОРТОРОВ НА СУБТРОПИЧЕСКИХ ЗЕМЛЯХ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ГОРОДА СОЧИ

Платонов А.П.,

кандидат экономических наук,
заместитель директора по стратегическим
коммуникациям ФИЦ СНИЦ РАН

Кочарский Л.С.

младший научный сотрудник,
ФИЦ СНИЦ РАН

В исследовании рассматривается актуальная проблема создания предпосылок для пространственного развития туризма на сельских территориях курорта-города Сочи. Главной его задачей является определение комплекса научно-методических и организационных основ создания курортов в сельских округах г. Сочи. Проведён анализ и обобщение информационных материалов, отражающих теоретико-методологические и практические аспекты развития туризма в сельской местности в зоне с влажным субтропическим климатом. В научный оборот введено авторское определение «сельский курорт г. Сочи». В исследовании сделан вывод, что в результате создания сельских курортов диверсифицируется производство регионального туристского продукта, увеличивается его объём, оптимизируется соотношение «цены и качества» этого продукта; улучшится инфраструктура сельской местности, появятся дополнительные места притяжения туристов и экскурсантов, повысится благосостояние местного населения. Научная новизна исследования состоит в том, что впервые разработаны теоретико-методические основы создания сельских курортов на уровне муниципального образования, расположенного в зоне с влажным субтропическим климатом.

Ключевые слова: сельский курорт, город-курорт Сочи, сельский округ, сельский туризм, туристская инфраструктура, глубинная территория курорта.

Актуальность исследования обусловлена поставленной Президентом Российской Федерации В.В. Путиным задачей по импортозамещению иностранных товаров. Так В. Путин на совещании о мерах социально-экономической поддержки субъектов РФ отметил – «о необходимости форсированного импортозамещения» Сельскохозяйственная продукция и туристский продукт, как раз и являются важнейшими элементами реализации данной стратегии. За последние годы возросла роль отечественного туризма. Так же не стоит на месте развитие сельского хозяйства. «В Краснодарском крае в 2021 г. объём производства продукции сельского хозяйства, по предварительной оценке, вырос на 12,8 % по сравнению с 2020 г., составив 549,5 млрд рублей» следует из данных Краснодарстата [1].

В целом всестороннее развитие туризма в сельской местности, уменьшает антропогенную нагрузку на отечественные курорты и улучшает социально-экономическое положение сельских территорий и поселений в субъектах РФ. Поэтому необходимо комплексное, а не разрозненное развитие сельских территорий в нашей стране. Данную задачу решает создание сельских курортов в зоне влажных субтропиков города-курорта Сочи.

Во-первых, создание таких курортов будет способствовать единой трансформации сельских территорий под критерии сельского курорта. Во-вторых, повысит эффективность дифференциации производства и товарно-денежного оборота в сельской местности. В-третьих, косвенно повлияет на улучшение инфраструктуры на сельских территориях. В-четвёртых, поможет снизить антропогенную нагрузку в города Сочи и федеральной территории Сириус, путём перераспределения туристского потока в сельскую местность г. Сочи.

Наше исследование базируется на таких специализированных и общенаучных методах познания, как синтез и анализ, дедукция и индукция, сравнение, организационно-функциональный, экономико-статистический и контент-анализ информационных материалов. Информационную основу нашей работы составили различные источники. Прежде всего, это нормативно-правовые документы (проекты, программы) федерального, регионального и муниципального уровня, определяющие сущность и элементы туризма в сельской местности, его понятийный аппарат, задачи и цели. Другим источником выступили работы зарубежных и отечественных ученых, направленные на изучение и прогнозирование комплексного развития сельских территорий [3, 4, 5].

В ходе исследования авторами введено понятие «сельский курорт Сочи» – «это отдельная территория с развитой инфраструктурой в границах сельских округов муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края, которая помимо основной функции по производству и реализации сельскохозяйственной продукции, специализируется на оказании комплекса услуг сельским туристам, используя местные сельскохозяйственные, природные, культурно-исторические, национально-культурные и иные ресурсы сельской местности, в том числе особо охраняемые объекты туристического показа».

Так всего 79 населённых пунктов в городе-курорте Сочи закреплено на законодательном уровне. Из такого большого количества населённых пунктов, на сегодняшний день возможно сформировать до 28 сельских курортов. Для их создания необходима нормативно-правовая база, которая будет основываться на федеральном, региональном и муниципальном законодательстве касающегося правового статуса сельского курорта [2]. Основные элементы сельских курортов Сочи показаны на рисунке 1.

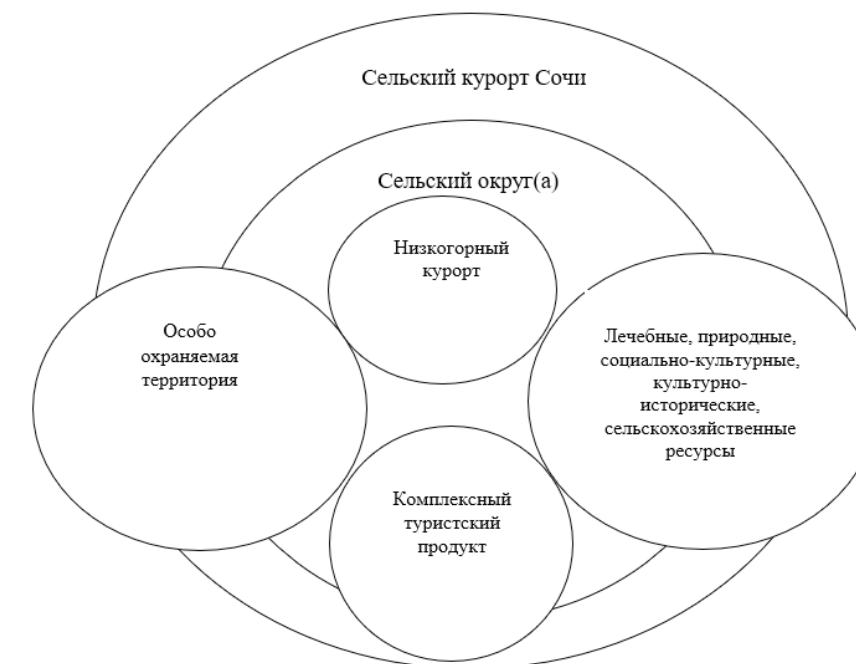


Рисунок 1 – Основные элементы сельских курортов Сочи

Со стороны федеральной и краевой власти за счёт грантов и целевых программ, происходит стимулирование развития агротуризма в сельской местности. На сегодняшний день действует указ Президента РФ «О применении в целях обеспечения безопасности Российской Федерации специальных экономических мер в сфере внешнеэкономической деятельности» [6]. На уровне Краснодарского края сегодня функционирует «Государственная программа Краснодарского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» [7].

Активное финансирование государственных программ в этой области, можно объяснить приоритетом власти во внутренней политике по импортозамещению, развитию сельского хозяйства и внутреннего туризма в России. Краевая администрация активно выделяет деньги на гранты в области аграрного сектора экономики. Так на рисунке 2 видна современная динамика увеличения размеров грантов за последние семь лет на примере выставки-ярмарки «АгроТур».

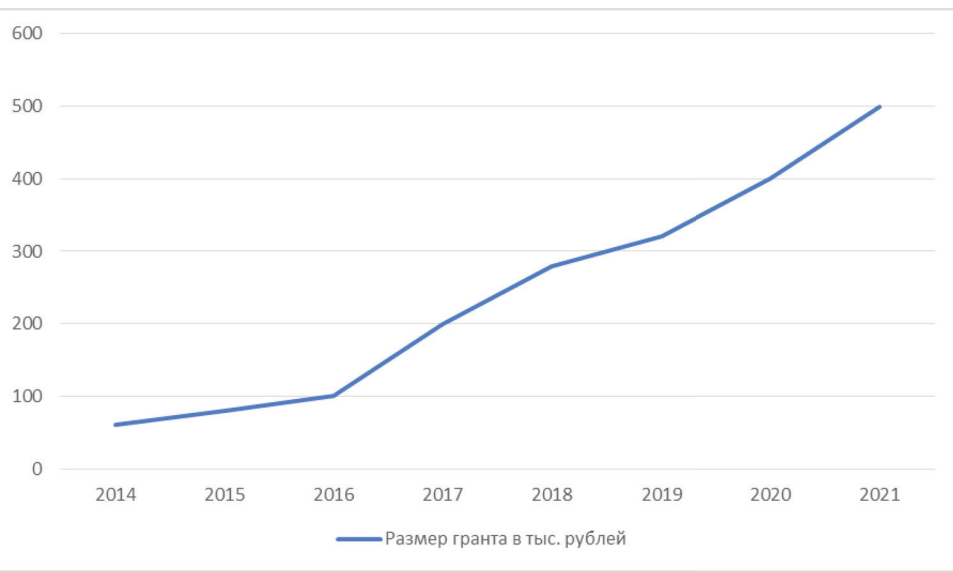


Рисунок. 2 – Размеры грантов и их динамика в 2014 г. и 2021 г., стимулирующих развитие агротуризма в сельской местности города-курорта Сочи (рублей)

Так в таблице 1 отображена динамика объектов агротуризма г. Сочи в 2012–2021 годах.

Таблица 1

Количество объектов агротуризма г. Сочи в 2012–2021 г.
(по данным Департамента по охране окружающей среды, лесопаркового, сельского хозяйства и промышленности администрации города-курорта Сочи)

Год	Количество объектов
2012	10
2015	14
2018	17
2021	19

На рисунке 2 и в таблице 1 мы видим позитивную динамику увеличения объектов агротуризма и повышение денежного стимулирования размера премиальных грантов, направленных на развитие (аграрного) туризма в Краснодарском крае. Необходимо подчеркнуть, что в сочинских сёлах есть основные условия, необходимые для создания сельских курортов. Каждый населённый пункт может демонстрировать туристам свои гастрономические и этнические особенности. Первой ласточкой в этом преобразовании,



по нашему мнению, может стать село Солохаул, которое будет превращено в полноценный сельский курорт. У таких сельских курортов Сочи будет собственная уникальная туристическая программа, которая будет зависеть от этнографического состава и природных условий курорта [8].

Стратегическая задача поиска новых туристских ресурсов, необходимых для трансформации части территорий сельских округов г. Сочи в сельские курорты, требует оценки их туристского потенциала на глубинных территориях, создания соответствующей инфраструктуры, объектов показа и их интеграции в действующую инфраструктуру курорта. Решение этой задачи позволит расширить номенклатуру туристского продукта, предлагаемого рынком всего курорта, сформирует дополнительный туристский спрос, в какой-то степени разгрузит в пик сезона чрезмерные туристские потоки прибрежного и горного кластеров курорта Сочи.

Исходя из позитивной динамики в области аграрного туризма, мы видим, что для создания сельских курортов в Сочи практически есть все условия. Поэтому необходимо законодательно закрепить понятие «сельский курорт», обозначить его нормативно-правовой статус и продолжать развивать сельские территории г. Сочи, но не разрозненно, а комплексно в рамках становления сельских курортов города Сочи. В целом создание сельских курортов сформирует третий по счёту туристский кластер города Сочи, который вместе с другими двумя кластерами выведет курорт на новый исторический уровень развития, создав принимающий туристский центр с тремя направлениями туристского потока, превращающего курорт в сплошную туристическую зону.

Статья выполнена в рамках реализации ГЗ ФИЦ СЦ № 1021052404499-3-5.2.1 по темам «Мониторинг этносоциальной обстановки в субъектах РФ: методология и методики информационного обеспечения национальной политики (FGRW-101-0014)» и «Теоретико-методологические основы стратегического управления инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ» (FGRW-2022-0001).

Список литературы

1. Краснодарстат. [Электронный ресурс]. – URL: https://krsdstat.gks.ru/agriculture_kk (дата обращения: 15.07.2022).
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ // Собрание законодательства. – 2021. – № 27(1). – С. 5146.
3. Sarafanova A.G., Shabalina N.V. & Sarafanov A.A. (2020). Rural and agrotourism: approaches to definition. Service and Tourism // Current Challenges. – Vol. 14(1). – P. 100-108. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10110 (In Russ.).
4. Gil Arroyo Claudia, Gil Arroyo Claudia, Barbieri Carla. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina // Tourism Management. – Vol. 37. – August 2013. – P. 39-47.

5. Платонов А.П., Кочарский Л.С. Опыт формирования и реализации проектов по сохранению и использованию объектов историко-культурного наследия на территории МО «город-курорт Сочи». – Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2021. – С. 13-16.
6. Указ Президента Российской Федерации от 08.03.2022 № 100 [Электронный ресурс]. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203080005> (дата обращения: 15.07.2022).
7. «Государственная программа Краснодарского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» [Электронный ресурс]. – URL: <https://admkrasnodar.ru/upload/iblock/194/194027a7e27fe770af654b95275f398f.pdf> (дата обращения: 15.07.2022).
8. Чуваткин П.П., Боджуга А.Ю. Основные целевые и структурно-функциональные особенности формирования «дорожной карты» развития этно-гастрономического туризма в регионе // Вестник Академии знаний. – 2017. – № 4(23). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tselevye-i-strukturno-funktsionalnye-osobennosti-formirovaniya-dorozhnoy-karty-razvitiya-etno-gastronomicheskogo-turizma-v> (дата обращения: 23.08.2022).

© Платонов А.П., Кочарский Л.С., 2022

УДК 330.15

ЭНОТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В РАЗВИТИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Поручаева Т.М.

лаборант-исследователь лаборатории
экономических исследований Института
пространственного развития регионов ФИЦ СНИЦ РАН,
магистр, Сочинский институт (филиал)
Российского университета дружбы народов

Агазарян Н.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Национальная и мировая экономика»
Сочинского института (филиала)
Российского университета дружбы народов

Актуальность развития энотуризма, как одного из перспективных направлений гастрономического туризма обусловлена тем, что данное направление будет способствовать, с одной стороны, повышению социально-экономического благосостояния населенных пунктов территорий (создание новых рабочих мест, рост доходов и качества жизни местного населения), а, с другой стороны, расширению регионального туристского предложения. Целью настоящего исследования является изучение возможностей развития территорий как центров притяжения туристов, основываясь на оценке их природного потенциала и туристской привлекательности. В статье проведён анализ условий, обеспечивающих эффективное развитие энотуризма, в числе которых: природно-климатические условия, уровень развития винного хозяйства, возможность вовлечения существующих туристских потоков, путешествующих с иными целями, а также меры государственной поддержки, направленные на поддержание предпринимательской инициативы.

Ключевые слова: винный туризм, энотуризм, туристская территория, энотерритория, винные туры.

Энотуризм как самостоятельное направление гастрономического туризма стал развиваться относительно недавно. Слово энотуризм происходит от двух слов, греческого «οίνος», что означает «вино», и латинского «οενο», что в переводе означает «туризм». На сегодняшний день нет единого определения данного вида туризма. В самом общем смысле энотуризм можно трактовать как разновидность туризма, целью которого является знакомство с винными традициями определённого региона. Специализированные туры могут включать в себя посещение виноградников, виноделен, ресторанов, винных фестивалей и иных мероприятий и т. д. В научной литературе также употребляются термины «винный туризм», «винодельческий туризм», «дегустационный туризм», «винногастрономический туризм» и «эногастрономический туризм» как синонимичные понятию «энотуризм».

Энотуризм может быть реализован как самостоятельный тур или представлен элементом, входящим в состав других видов туристской активности. Это позволяет разнообразить туристское предложение региона и привлечь новые турпотоки.

Подобная гибкость позволяет винному туризму быть и элитарным, и массовым. В энотуры могут входить различные элементы: визиты на винные хозяйства, винодельни, посещения элитных ресторанов, винных фестивалей, местных праздников, специализированных музеев и др.

Винные туры можно условно объединить в три группы:

- экскурсионно-познавательные туры, в ходе которых происходит знакомство со всеми этапами виноделия, производством и хранением вин, включающие дегустацию продукции;
- туры для профессиональной аудитории: барменов, сомелье. В ходе таких туров происходит знакомство с технологическими особенностями производства разных сортов вин, их дегустация, а также демонстрация винной карты данного региона;
- туры, которые предлагают участие в различных специализированных мероприятиях [2].

Причины посещения винных туров бывают различными и обусловлены многими факторами: финансовыми возможностями, социальным положением, возрастом, а также модой на знакомства с винной культурой и виноделием. По данным Travel.ru, в настоящее время в России число туристов, интересующихся винным туризмом, постоянно растёт и уже перевалило отметку в полмиллиона.



Рисунок 1 – Регионы России, производящие виноград в промышленном секторе (без учёта хозяйств населения), %

Развитие виноградарской и винодельческой отрасли является характерной чертой для большинства территорий Российской Федерации с благоприятными климатическими условиями.

Винный туризм на территории России наиболее развит на юге страны, а именно, в Краснодарском крае, Ростовской области, Ставрополье и в Крыму. В десятку самых популярных мест для винного туризма на территории России входят:

1. «Абрау-Дюрсо» (Краснодарский край);
2. «Массандра» (Крым);
3. «Эльбюзд» (Ростовская область);
4. «Левокумское» (Ставропольский край);
5. «Фанагория» (Краснодарский край);
6. «Инкерман» (Севастополь, Крым);
7. «Ведерников» (Ростовская область);
8. «Мысхако» (Краснодарский край);
9. «Новый Свет» (Крым);
10. «Золотая Балка» (Крым) [9].

ЮФО является наиболее благоприятным районом для возделывания винограда (площадь виноградников в плодоносящем возрасте – 56,2 тыс. га). Площадь виноградных насаждений в РФ (в хозяйствах всех категорий) в 2021 г. составляла 93,5 тыс. га (в том числе плодоносящие территории – 75,1 тыс. га), в 2020 г. – 91,5 тыс. га. На территории Краснодарского края и Республики Крым находится 80,8 % виноградных насаждений округа [10, 33].



Рисунок 2 – Урожайность виноградных насаждений по основным регионам-лидерам возделывания в 2017–2021 г., ц/га

В 2021 г. средняя урожайность виноградных насаждений в РФ составила 91,9 ц/га, или 108,2 %, по сравнению с 2019 г. (84,9 ц/га). Урожайность виноградных насаждений по основным регионам-лидерам возделывания за период 2017–2021 гг. представлена на рисунке 2 [36].

Ведущие производители винограда в ЮФО представлены в таблице 1 [3].

В Краснодарском крае виноградарской деятельностью заняты 212 хозяйств, в том числе 65 крупных узкоспециализированных компаний и 147 К(Ф)Х (крестьянских (фермерских) хозяйств), на долю которых приходится 4,5 % общей площади виноградников Кубани. Они производят 27 столовых и 70 технических сортов винограда. Главное место винного туризма в Краснодарском крае – это Новороссийск [1].

В Республике Крым товарным производством винограда занимаются 119 регионов хозяйственной деятельности, из них от 10 до 18 ежегодно осуществляют закладку новых плантаций в Кировском (5,6 тыс. га), Симферопольском (9,3 тыс. га), Бахчисарайском (8,0 тыс. га) районах, на Южном и Восточном побережье Чёрного моря (3,9 тыс. га) [5].

В Ростовской области виноградарством занимаются 20 сельхозпредприятий. Наиболее развит винный туризм в Цимлянском, Мартыновском, Багаевском и Азовском районах.

Таблица 1

Ведущие производители винограда в ЮФО

Организация	Площадь виноградных насаждений, га	Средняя урожайность, ц/га
Краснодарский край		
ОАО «Южная»	6034,0	149,2
ООО АФ «Юбилейная»	1 641,0	154,3
ООО «Фанагория-Юг»	1 394,0	70,0
ООО «Фанагория-Агро»	1 244,0	98,5
ООО АФ «Мирный»	1 014,0	53,3
Республика Крым		
ФГУП «ПАО «Массандра»	3 872,2	41,7
ГУП РК «Агрокомбинат «Виноградный»	1 543,6	–
АО «Старокрымский»	1171,7	32,5
ООО «Агрофирма «Заветное»	847,7	4,4
АО «Янтарный»	577,0	18,4
г. Севастополь		
ООО «Качинский +»	1 940,3	24,3
ООО «Агрофирма «Золотая Балка»	1 432,0	39,3
ООО «СВЗ-АГРО»	646,9	20,9
ГУП «Садовод»	614,1	24,4
АО «С. Перовской»	329,2	21,3
Ростовская область		
ЗАО СХП «Виноградное»	597,7	104,2
ЗАО «Левокумское»	538,5	18,0
ООО «Вина прикумья 2000»	519,1	98,8
ЗАО «Заря»	507,1	12,5
ЗАО «Левита»	400,2	41,5



Среди крупных винодельческих предприятий, можно выделить: ЗАО «Абрау-Дюрсо», ООО «Кубань-Вино» (марка Шато Тамань), ОАО АПФ «Фанагория», ОАО «Аврора» (марка Шато ле Гранд Восток), ООО «Лефкадия», ЗАО АПК «Геленджик», ООО АФ «Саук-Дере».

Государственная поддержка энотуризма в РФ характеризуется наличием программ, которые направлены на достижение следующих целей: рост прибыльности и финансовой устойчивости агробизнеса; поддержание и сохранение традиционных сельских ландшафтов, объектов культурного наследия; повышение привлекательности энотерриторий; создание новых, качественных рабочих мест.

В декабре 2019 г. Советом Федерации РФ был одобрен Федеральный закон «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» (№ 468-ФЗ от 27.12.2019 г.). Закон направлен на создание правовых, организационных, технологических и экономических правил в сфере виноградарства и виноделия.

С целью развития отрасли виноделия в 2016 г. Минсельхоз России и Союз виноградарей и виноделов создали проект Концепции развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016–2020 гг. и плановый период до 2025 г., который отражает основные проблемы, базовые принципы, цели, задачи и главные направления развития винодельческой отрасли в России [6].

В 2017 г. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края заключило соглашение с АНО «АгроЭкоТуризм». Краснодарский край вошёл в список регионов, участвующих в проекте «Гастрономическая карта России». Проект был запущен при поддержке Федерального агентства по туризму. Цель проекта – представить современный вид России с богатой культурой, традициями и великой историей, которые нашли своё отражение в разнообразии кухни народов России и богатстве их культурно-гастрономических традиций. В 2019 г. в рамках данного проекта при поддержке продюсерского центра «Новое Русское Вино» была запущена программа продвижения российских вин и туристских маршрутов «Винные дороги». К участию в программе были подключены винодельни Краснодарского края, Республики Крым, Ростовской области и Республики Дагестан.

С целью развития энотуризма в стране осуществляется помощь, как на федеральном, так и местном уровнях. Так, в Севастополе государство приглашает инвесторов участвовать в проекте «Терруар Севастополя», в который входят восемь территорий для строительства и создания виноградников. Созданный «Винный тур» нацелен на улучшение туристской материально-технической базы и продвижение туристической дестинации региона.

В рамках развития этнотуризма в Крыму планируется восстановить древнюю винодельню Херсонеса. Инициаторы хотят воспроизвести вино, которое подавали князю Владимиру в Херсонесе и возродить процесс выпекания хлеба и производства сыров по рецептам Древнего Херсонеса.

В Крыму систематически организуют мероприятия, посвящённые виноделию. Так, в 2019 г. был организован «Ноябрьфест», на котором были представлены презентации лучших предприятий, занимающихся виноделием и ресторанов Крыма и г. Севастополя, кулинарные мастер-классы и дегустации вин, местных сыров и морепродуктов.

Улучшение винодельческой отрасли – одно из существенных направлений Стратегии социально-экономического развития Ростовской области. Регион также обладает уникальными свойствами для повышения качества виноградарской сферы региона. В 2015 г. Союзом виноградарей и виноделов Дона была предложена разработка винного кластера «Долина Дона», которая объединила наиболее значимые образовательные, научно-исследовательские и инновационные направления деятельности Ростовской области в сфере виноградарства, виноделия, изготовления комплектующих для винодельческих предприятий, развития эногастрономического туризма, и инфраструктуры торговли [7].

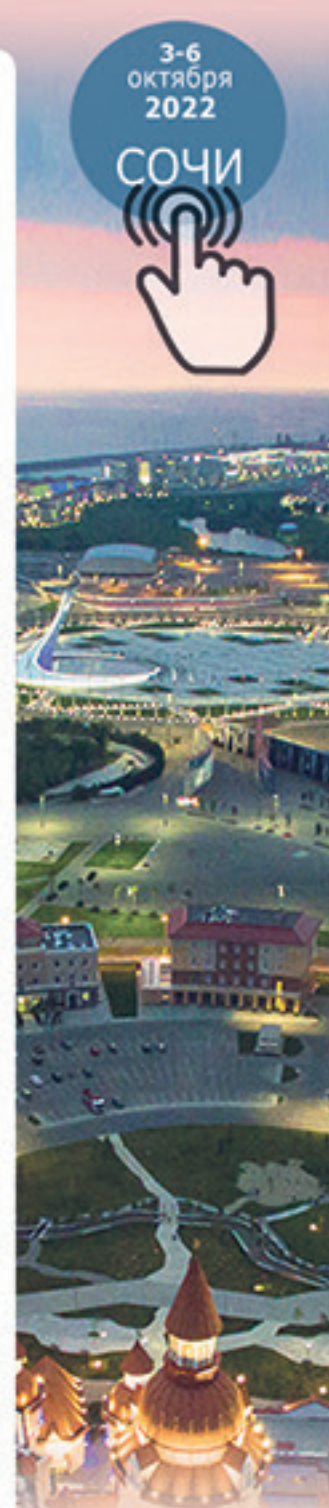
На сегодняшний день территориальный кластер «Долина Дона» разделён на пять микрзон, (терруаров) по географическому принципу месторасположения виноградников:

1. Сал
2. Эльбезд
3. Северский Донец
4. Цимлянск
5. Ведерники

Стратегия развития территориального кластера «Долина Дона» обуславливает главные векторы развития винодельческой отрасли, методы и приёмы, используемые для решения поставленных задач территориального кластера.

Отличительной чертой Ростовской области является то, что винные хозяйства региона являются хозяйствами полного цикла от возделывания до изготовления винограда и сбыта готового производства. Соответственно, область может быть территорией, в которой винодельческие предприятия имеют возможность заниматься производством только из своего винограда. Как раз это, сегодня, вызывает большой интерес всех винодельней.

Улучшение правового регламента винодельческой сферы положительно отразится на развитии экономики страны, появятся новые рабочие места и поступление дополнительной прибыли в бюджеты Кр-



нодарского края, Ростовской области, Севастополя, Республики Крым, Дагестана, Ставрополя, Волгограда и Астрахани.

Существующая практика показала, что даже без использования маркетинговых инструментов одна небольшая винодельня может привлекать 500–700 человек в год, а при дополнительном продвижении рост потока туристов может увеличиться приблизительно до 2 тысяч человек. При осуществлении результатов Стратегии регион будет способен получить в дополнение несколько тысяч туристов в год, что создаст дополнительную прибыль для организаций, а также, увеличение налоговой базы (ежедневные затраты одного туриста насчитывают около 100 долларов), и появлению новых рабочих мест (один турист создает около 4 рабочих мест) [4].

Учитывая все вышеизложенное, этнотуризм является перспективным направлением развития, потенциал которого заключён в наличии благоприятных условий, тёплого субтропического климата, развитии транспортной инфраструктуры, богатстве культурно-исторических традиций, наличии средств размещения, а также уже существующих туристских потоков. Сочетание мер государственной поддержки и предпринимательской инициативы приведёт к увеличению туристских потоков, повышению социально-экономического благосостояния населённых пунктов этнотерриторий и расширению регионального туристского предложения.

Список литературы

1. Виноградный край: на Кубани сельскохозяйственную отрасль превратили в бренд [Электронный ресурс]: – URL: <https://newkuban.ru/news/vinogradnyy-kray-na-kubani-selskokhozyaystvennuyu-10092018/> (дата обращения: 23.9.2022).
2. Иванов В.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2018. – Т. 3. – № 2. – С. 105-113.
3. Концепция развития виноградарства и виноделия в Российской Федерации на период 2016–2020 гг. и плановый период до 2025 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://kbvw.ru/images/docs/koncepciya17062016.pdf> (дата обращения: 12.09.2022).
4. Пресс-служба Минсельхоза России. Минсельхоз России разработал Концепцию развития виноградарства и виноделия до 2025 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://mcx.ru/news/news/show/53088.355.htm> (дата обращения 24.09.2022).
5. Рюмшин А.В., Иванченко В.И., Булава А.Н. Состояние и перспективы развития виноградно-винодельческого комплекса Республики Крым // Магарач. Виноградарство и виноделие. – 2018. – № 3. – С. 44-47.
6. Статистические данные по субъектам РФ // Ростуризм. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika>.
7. Стратегия развития территориального винного кластера «Долина Дона». [Электронный ресурс]. – URL: https://www.airo61.ru/sites/default/files/inlinefiles/strategiya_razvitiya_klastera_dolina_dona.pdf (дата обращения: 29.09.2022).
8. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Королёв Н.В. Формирование потребительских предпочтений в туристско-рекреационных комплексах России: учебное пособие. – М.: Кнорус 2019. – 484 с.

9. Топ-10 самых популярных мест винного туризма в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://turstat.com/winetravelrussia2016> (дата обращения: 14.09.2022).
 10. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gks.ru> (дата обращения 21.09.2022).

© Поручаева Т.М., Агазарян Н.В., 2022

УДК 51-77

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ И ЧИСЛЕННОСТИ СОТРУДНИКОВ НА РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Премахина И.М.

кандидат физико-математических наук,
старший научный сотрудник,
ФИЦ ИУ РАН

По данным 81 региона РФ за периоды 2019–2021 гг. и 2016–2021 гг. оценивались эконометрические модели типа модели производственной функции Кобба-Дугласа. Были получены оценки силы влияния на результаты деятельности коллективных средств размещения (КСР) объёмов производственных затрат и числа сотрудников. По этим же моделям проверялись гипотезы зависимости отдачи от масштаба производства. Оценивались также модели стохастической границы производственных возможностей, по которым для каждого региона в каждый год были получены оценки оптимальных значений показателей деятельности совокупности региональных КРС, а также эффективности их деятельности.

Ключевые слова: коллективные средства размещения, регионы РФ, 2016–2021 гг., производственные функции, стохастическая граница.

Коллективное средство размещения (КСР) можно рассматривать как производство, у которого есть выпуск и факторы производства – ресурсы, затрачиваемые для получения продукции. Производственные функции позволяют оценивать влияние на объём выпуска размеров затрачиваемых ресурсов. Такая оценка и проводится в данной работе с помощью эконометрической модели типа производственной функции Кобба-Дугласа. В качестве выпуска КСР региона используются: число размещённых лиц (guests), число ночёвок (nights) и доходы (inc) КСР. В качестве объясняющих переменных (ресурсов производства) – затраты на производство (expenses) и численность сотрудников (labor) региональных КСР. Оценки коэффициентов таких моделей дают оценки влияния на результаты работы КРС затрачиваемых ресурсов. Для оценки моделей использовались данные по 81 региону РФ за периоды 2019–2021 и 2016–2021 гг. В список регионов не были включены г. Москва



и Московская область, г. Санкт-Петербург и Ленинградская область, вместо Архангельской области в целом были включены отдельно Ненецкий автономный округ и Архангельская область без автономного округа, вместо Тюменской области в целом были включены отдельно Ямало-Ненецкий автономный округ – Югра, Ханты-Мансийский округ и Тюменская область без автономных округов. Массив данных, таким образом, для первого периода состоял из 243 строк, или наблюдений. В каждой строке находились числовые значения пяти перечисленных выше переменных для какого-то региона и какого-то города. Значения переменных были взяты с сайта Росстата [1].

Так как данные имеют панельную структуру, для оценки производственных функций использовались модели с так называемыми индивидуальными эффектами, причём в каждом случае тест Хаусмана выбирал модель с фиксированными индивидуальными эффектами. Такую модель можно записать в виде:

$$\ln(y_{it}) = \mu + \alpha \ln(\text{expenses}_{it}) + \beta \ln(\text{labor}_{it}) + v_i + u_{it} \quad (1)$$

где μ – константа модели,

u_{it} – так называемый случайный фактор, который представляет все прочее, причём несистематические, влияния на объясняемую переменную.

Нижний индекс i – это номер региона, а t – номер города. Фактор v_i представляет индивидуальные эффекты, то есть такие влияния на объясняемую переменную, которые нельзя измерить, которые не меняются во времени, и значения которых свои для каждого региона (например, климат региона, географическое положение, туристическая привлекательность и т. п.).

Так как рассматривались три вида результатов деятельности КСР – число размещённых лиц, число ночёвок и доход, – оценивались три модели вида (1), в которых объясняемыми переменными были, соответственно, $\ln(\text{guests}_{it})$, $\ln(\text{nights}_{it})$ и $\ln(\text{inc}_{it})$. По имеющемуся массиву данных были оценены параметры модели: μ , α , β . Результаты оценки моделей (1) приведены в таблице 1.

Коэффициент α в модели (1) – это эластичность фактора y по совокупным затратам региональных КСР на производство, а коэффициент β – эластичность фактора y по совокупной численности сотрудников. Соответственно, интерпретация оценок этих коэффициентов, например, в модели А такая: увеличение производственных затрат на 1 % при неизменности численности сотрудников приводит к увеличению числа размещённых лиц в среднем на 0,41 %; увеличение численности сотрудников на 1 % при неизменности производственных затрат приводит к увеличению числа размещённых лиц в среднем на 0,90 %. Аналогично интерпретируются оценки коэффициентов в моделях Б и В. Обращает на себя внимание то, что в период 2019–2021 гг. на число

размещённых лиц и число ночёвок большее влияние оказывает численность сотрудников, то есть затраты труда, а меньшее – производственные затраты. В модели В оценки коэффициентов α и β статистически равны, то есть на доходы КСР в этот период факторы *expenses* и *labor* оказывали одинаковое влияние.

Оценка моделей (1)
по данным 81 региона РФ за период 2019–2021 гг.

Объясняемая переменная	$\ln(guests)$	$\ln(nights)$	$\ln(inc)$
№ модели	А	Б	В
Константа	–0,21	–0,48	9,64***
$\ln(expenses)$	0,41***	0,52**	0,54***
$\ln(labor)$	0,90***	0,89***	0,40***
R ²	0,49	0,50	0,54
ρ	0,92	0,90	0,69
Отдача от масштаба	↑	↑	=

Примечание: * – Как обычно,
*** – означают значимость отличия оценки коэффициента от нуля при уровне значимости 1 %,
** – при уровне значимости 5 %, отсутствие звёздочек – о незначимости отличия оценки от нуля

По тестам Фишера и Стьюдента проверялись гипотезы об отдаче от масштаба производства. Для моделей А и Б была определена увеличивающаяся отдача от масштаба производства. Что это значит? Увеличивающаяся отдача означает, что, если одновременно оба ресурса – производственные затраты и затраты труда – увеличить оба в n раз, число размещённых лиц и число ночёвок увеличатся более, чем в n раз. А это означает, что средние издержки будут снижаться при увеличении масштаба производства, выпусками которого являются переменные *guests* и *nights*. Для модели В отдача от масштаба производства определилась как постоянная. То есть при увеличении в n раз одновременно факторов *expenses* и *labor* доход КСР увеличивается также в n раз. Соответственно, при увеличении масштабов производства издержки остаются всё время одними и теми же.

Коэффициент детерминации R² показывает какая часть изменений объясняемой переменной вызывается совокупным изменением объясняющих переменных. Для модели А интерпретация R² такова: совокупное изменение факторов $\ln(expenses)$ и $\ln(labor)$ объясняет 49 % изменений объясняемой переменной $\ln(guests)$. Остальные 51 % изменений переменной



$\ln(guests)$ объясняются влиянием на неё факторов, представленных случайной ошибкой u , и индивидуально-специфическими особенностями регионов, представленных фактором v . При этом доля индивидуально-специфических особенностей регионов ρ составляет в этих прочих влияниях 92 %.

Гостиничный бизнес претерпел серьёзный ущерб в период пандемии COVID-19. Поэтому представляет интерес рассмотрение производственной функции типа (1) на периоде, включающем период пандемии, например, на периоде 2016–2021 гг. Однако целиком взять для оценки модели этот период оказалось невозможным, так как для 2018 г. отсутствуют данные по численности сотрудников в региональных КСР. Поэтому период 2016–2021 гг. был взят без 2018 г., и числовой массив, используемый для оценки модели, имел, таким образом, 405 строк.

По этому массиву оценивалась модель:

$$\ln(y_{it}) = \mu + \alpha \ln(expenses_{it}) + \beta \ln(labor_{it}) + \delta_1 t17 + \delta_2 t19 + \delta_1 t20 + \delta_1 t21 + v_i + u_{it} \quad (2)$$

Модель (2) отличается от модели (1) тем, что в неё добавлены, так называемые фиктивные, переменные времени $t17, t19, t20, t21$. Каждая такая переменная принимает только два значения, 0 и 1. Например, переменная $t17$ для любого региона имеет значение ноль для 2016, 2019, 2020 и 2021 гг. и значение единица для 2017 г. Переменные времени представляют те влияния на объясняемую переменную, которые связаны с событиями, происходящими в соответствующем году, причём такие события, которые оказывают влияние на выпуск КСР во всех регионах. Оценка моделей (2) приведена в таблице 2.

Для периода 2016–2021 гг. все оценки эластичностей меньше, чем для периода 2019–2021 гг. Соответственно, влияние каждого из факторов *expenses* и *labor* на все объясняемые переменные также меньше. Результаты статистических тестов указывают, что в 2016–2021 гг. имела место убывающая отдача от масштаба производства для всех видов выпусков, то есть объём выпуска рос медленнее, чем увеличивались производственные затраты и число работников.

Оценки коэффициентов при переменных времени явно демонстрируют отрицательное влияние COVID-19 на результаты работы КСР. Проинтерпретируем, например, коэффициенты при этих переменных в модели А': в 2017 г. число размещённых лиц было больше, чем в 2016 г. в среднем на 7 %, в 2017 г. и 2021 г. – на 23 %, а вот в 2020 г. этот показатель был меньше, чем в 2016 г. на 8 %. Аналогично для модели Б': в 2017 г. и 2019 г. число ночёвок росло относительно 2016 г., соответственно, на 11 % и 22 %, а в 2020 г. меньше на 15 %. Совокупные доходы региональных КСР монотонно росли относительно 2016 г. в 2017, 2019 и 2021 гг., но в 2020 г. опускались на уровень 2016 г.

Таблица 2

Оценка моделей (2)
по данным 81 региона РФ за период 2019–2021 гг. (без 2018 г.)

Объясняемая переменная	$\ln(guests)$	$\ln(nights)$	$\ln(inc)$
№ модели	A'	B'	B'
Константа	7,32***	8,97***	9,15***
$\ln(expenses)$	0,09***	0,14***	0,22***
$\ln(labor)$	0,50***	0,36***	0,25***
t_{17}	0,07***	0,11***	0,05**
t_{19}	0,23***	0,22***	0,20***
t_{20}	-0,08***	-0,15***	-0,02
t_{21}	0,23***	0,16***	0,34***
R^2	0,65	0,61	0,73
ρ	0,92	0,94	0,96
Отдача от масштаба	↓	↓	↓

Значения параметра ρ опять свидетельствуют, что индивидуально-специфические особенности регионов оказывают преобладающее влияние на любой рассматриваемый вид выпуска КСР ($guests$, $nights$, inc) среди всех прочих влияний, не включенных в модель в явном виде.

Любому данному количеству ресурсов производства могут соответствовать разные объёмы выпуска. Модели типа (1) оценивают среднее всех выпусков, возможных при данных значениях ресурсов. Однако интерес представляет значение оптимально возможного выпуска при имеющихся ресурсах. Оценить оптимальный выпуск КСР для любого региона и любого года можно с помощью модели стохастической границы производственных возможностей. В этой модели заложена идея о том, что недостижение оптимального выпуска связано с влиянием на выпуск случайных шоков, которые неподвластны производственному предприятию, и неэффективностью производства, то есть неэффективностью менеджмента. **Модель имеет вид:**

$$q_{it} = f(z_{it}, \beta) \cdot \xi_{it} \cdot \exp(\varepsilon_{it}). \quad (3)$$

Здесь q_{it} – реальный выпуск i -го предприятия (у нас – совокупности КСР региона) в момент времени t ; z_{it} – вектор ресурсов; β – вектор,

подлежащих оцениванию параметров модели; ε_{it} – случайные шоки, влияющие на выпуск и не находящиеся под контролем менеджеров предприятия; $f(z_{it}, \beta) \cdot \exp(\varepsilon_{it})$ – стохастическая верхняя граница производственных возможностей предприятия.

ξ_{it} – уровень производственной эффективности предприятия i в момент t , $0 < \xi_{it} \leq 1$. Если $\xi_{it} = 1$, предприятие в момент t достигает оптимально возможного выпуска, то есть использует все возможности по увеличению выпуска при имеющихся ресурсах; при $\xi_{it} < 1$ эти возможности используются не полностью. Поэтому всегда имеет место неравенство: $q_{it} \leq f(z_{it}, \beta) \exp(\varepsilon_{it})$, то есть реальный выпуск не превосходит стохастическую границу выпуска. Эффективность показывает, какую долю от оптимально возможного при данных ресурсах выпуска составляет реально достигнутый выпуск. Полагают, что $\xi_{it} = \exp(-w_{it})$, где $-w_{it}$ – это отклонение реального выпуска от оптимальной верхней стохастической границы в момент t вследствие причин, находящихся под контролем менеджеров i -го предприятия. На практике работают с прологарифмированной моделью: $\ln(q_{it}) = \ln(f(z_{it}, \beta)) + \varepsilon_{it} - w_{it}$.

В нашем случае модель выглядит так:

$$\ln(y_{it}) = \mu + \alpha \ln(expenses_{it}) + \beta \ln(labor_{it}) + \varepsilon_{it} - w_{it} \quad (4)$$

(О вероятностных характеристиках случайных величин ε_{it} и w_{it} делаются определённые предположения). Объясняемыми переменными для модели (4), как и раньше, являются $guests$, $nights$ и inc .

Согласно модели, размер выпуска зависит от имеющихся ресурсов, производственных расходов и численности сотрудников, а также от прочих факторов, представленных разностью $\varepsilon_{it} - w_{it}$. При оценке модели рассчитывается значение параметра γ , который показывает, какова доля в этих прочих влияниях компоненты $-w_{it}$, то есть неэффективности ведения производства.

С течением времени, эффективность может увеличиваться, уменьшаться или оставаться неизменной. Поэтому в модели (4), помимо коэффициентов α , β и γ оценивается еще один параметр – η , коэффициент возрастания/затухания эффективности. Если оценка η больше нуля, имеет место возрастание эффективности с течением времени, если меньше нуля – убывание, если оценка η незначимо отлична от нуля, эффективность в течение периода остается неизменной. После оценки эффективности для каждого региона и каждого года можно рассчитать оценку оптимально возможного выпуска, соответствующего имеющимся ресурсам, то есть конкретным, реальным значениям производственных расходов и числа сотрудников региональных КСР. В таблице 3 приведены результаты оценки моделей (4) для периода 2019–2021 гг.



Таблица 3

Оценка моделей (4)
по данным 81 региона РФ за период 2019–2021 гг.

Объясняемая переменная	$\ln(guests)$	$\ln(nights)$	$\ln(inc)$
№ модели	A''	B''	B''
Константа	4,61***	5,27	5,03***
$\ln(expenses)$	0,30***	0,30**	0,53***
$\ln(labor)$	0,60***	0,66***	0,42***
η	0,00	0,00	0,04***
γ	0,70	0,41	0,70

Как и в предыдущих моделях, все оценки эластичностей значимо отличны от нуля, эластичности по численности сотрудников больше, чем по производственным расходам, для моделей A'' и B'', но (статистически) одинаковы для модели B''. Значения коэффициента η показывают, что эффективность не менялась в течение 2019–2021 гг. для выпусков *guests* и *nights*, и увеличивалась для *inc*. А значения коэффициента γ свидетельствуют, что на недостижение показателями *guests* и *inc* оптимальных значений при данных *expenses* и *labor* большее влияние оказывала неэффективность производства, а не случайные шоки, но, если в качестве выпуска *nights*, наоборот, влияние неэффективности производства меньше, чем влияние случайных шоков.

В рамках каждой из трёх моделей для каждого региона и каждого года периода 2019–2021 гг. оценивались значения оптимально возможного выпуска при данных значениях *expenses* и *labor*, и значения эффективности, то есть отношения реального выпуска к оптимально возможному. Затем регионы упорядочивались по убыванию по каждому из этих показателей.

Что касается упорядочивания по значению оптимально возможного выпуска, то тут результаты можно было предсказать заранее. Для каждого вида выпуска – *guests*, *nights*, *inc* – на первом месте с большим отрывом стоит Краснодарский край. На втором месте – Республика Крым. На третьем – Ставропольский край. На четвертом и пятом, меняясь местами в разные годы и для разных видов выпуска, идут Республика Башкортостан, Республика Татарстан и Свердловская область. На 81 месте для всех трёх видов выпуска находится Ненецкий автономный округ. Внизу списков также располагаются Республика Калмыкия, Республика Ингушетия, Республика Тыва, Чукотский автономный округ, Еврейская автономная область.



Наибольшую эффективность производства по числу совокупных доходов региональных КСР во все три года имеет Ненецкий автономный округ, на втором месте – Республика Калмыкия, на третьем – Костромская область; Краснодарский край и Республика Крым занимают, соответственно, четвертое и пятое места. В списке эффективности по числу ночёвок на первом месте Республика Калмыкия, на втором – Ненецкий автономный округ, на третьем – город Севастополь; Краснодарский край на пятом месте, Республика Крым – на седьмом. Наконец, в списке эффективности по числу размещённых лиц на первом месте Республика Калмыкия, на втором – Костромская область, на третьем – Ростовская область; Ненецкий автономный округ на пятом месте, Краснодарский край – на 30-м, Республика Крым – на 78-м.

Кратко суммируем полученные результаты. Совокупность КСР региона рассматривалась как предприятие, осуществляющее производственную деятельность. В качестве результатов этой деятельности, выпусков, были взяты число размещённых лиц, число ночёвок и доходы КСР от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей. К факторам производства, ресурсам для осуществления производственной деятельности были отнесены производственные затраты и численность персонала – затраты труда.

Оказалось, что оба вида ресурсов оказывают влияние на все виды выпуска, но все виды выпуска неэластичны по затратам указанных ресурсов: оценки всех эластичности больше нуля, но меньше единицы. Затраты труда оказывали на выпуски *guests* и *nights* большее влияние, чем затраты капитала, для выпуска *inc* эти влияния были одинаковы. Помимо ресурсов, имеются другие факторы, которые оказывают уже несистематическое влияние на выпуски. Среди этих прочих влияний наибольшая роль принадлежала индивидуально-специфическим особенностям каждого региона. В 2019–2021 гг. для выпусков *guests* и *nights* имела место увеличивающаяся отдача от масштаба производства, для *inc* – постоянная. По периоду 2016–2021 гг. (без 2018 г.) эффект от масштаба для всех выпусков был отрицательный. С 2016 г по 2019 г. имел место монотонный рост всех трёх выпусков, в 2020 г. произошло падение, наиболее сильное для числа ночёвок; но в 2021 г. показатели выпусков снова возросли, особенно сильно для доходов КСР. Эффективности производства, понимаемые как отношение реального выпуска к оптимально возможному при данных значениях ресурсов, в период 2019–2021 гг. не менялись для *guests* и *nights* и росли для *inc*. Для *guests* и *inc* большую роль в недостижении оптимального уровня выпуска играла неэффективность производства, то есть менеджмента,

для nights – случайные шоки, влиявшие на размер выпуска. Для каждого региона и каждого года были рассчитаны оценки оптимально возможных при данных ресурсах выпусков и эффективности производства. Регионы были ранжированы по этим показателям для каждого вида выпуска.

Список литературы

1. Сайт Росстата. Раздел «Розничная торговля, туризм». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosstat.gov.ru/folder/23457>.

© И.М.Промакина, 2022

УДК 338.48

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТОКА, ПРЕВЫШАЮЩЕГО ПРОПУСКНУЮ ЁМКОСТЬ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА

Пустовойтенко С.И.
научный сотрудник,
ФИЦ СНЦ РАН

Соблюдение баланса экономических интересов развития рекреационной территории и интересов местных жителей региона представляется значимым вопросом в современной повестке развития туризма. Неконтролируемое развитие туризма приводит к негативным последствиям, затрагивающим интересы субъектов развития туризма. В теории отечественного и зарубежного туризма представлены отдельные факторы развития чрезмерного туризма (овертуризма), определение и систематизация которых представляется достаточно актуальной. В статье предложена систематизация факторов формирования регионального туристского потока, превышающего пропускную ёмкость туристского кластера.

Ключевые слова: региональный туристский поток, факторы формирования, пропускная ёмкость туристского кластера, овертуризм.

Вопрос соблюдения баланса интересов экономического развития рекреационных территорий с активным привлечением туристов и интересов местных жителей принимающих регионов достаточно важен на современном этапе развития туризма в мире. Каким образом можно организовать развитие въездного туризма в страну, распределить отечественные региональные туристские потоки (РТП) на рекреационные территории страны, не нанося ущерба природе, местной флоре и фауне, поддерживая экологический баланс, не ущемляя интересов местных жителей, сберегая религиозные, исторические, культурные ценности людей, встречающих на своей территории возрастающие потоки туристов? Пример интенсивного

развития туризма в Венеции, жемчужине Адриатики, потерявшей за три десятилетия больше половины населения, имеющей перспективу, по прогнозам, уже к 2030 г. стать городом-призраком, в котором не останется постоянных жителей, заставляет серьёзно задуматься о целях развития отечественного туризма, о необходимости разработки механизма управления региональными туристскими потоками [1].

Важным в аспекте целеполагания и разработки механизма управления ТП является определение приоритета между целью получения сверхприбылей от туризма в рамках рыночной экономики и целью развития человека посредством туризма. Эти вопросы касаются как непосредственно туристов, так и местных жителей принимающих регионов [1].

Большая часть мировых и отечественных исследований в туризме рассматривает экономический аспект его развития. Недостаточно исследований, посвящённых социальному воздействию туризма на принимающий регион, его воздействию на флору и фауну рекреационной территории, на инфраструктуру принимающего региона, в том числе, на специализированную инфраструктуру туризма, на объекты культурного и исторического наследия, на культуру, религию и традиции местного населения, на интересы государства в рамках развития туризма. Социальное воздействие туризма, как положительное, так и отрицательное, вопросы, связанные с его измерением, начали обсуждаться в зарубежной теории туризма с конца прошлого века в работах таких исследователей, как: Бьорклунд и Филбрик (Bjorklund E. and Philbrick A., 1972), Докси (Doxey, 1975), Батлер (Butler, 1980), Мэтейсон и Уолл (Matheison and Wall, 1982), Мерфи П.Е. (Murphy P.E., 1985), Мильман и Пизам (Milman and Pizam, 1988); Ап (Ap, 1992), Ап и Кромптон (Ap and Crompton, 1993); Чой и Сиракая (Choi and Sirakaya, 2006); Дири и др. (Deery et al., 2012), Фатемех Шафаеи и Бадаруддин Мохаммед (Fatemeh Shafaei and Badaruddin Mohamed, 2015), Синьци Ву и Хун Хуэй (Xinqi Wu and Hong Hui, 2018) и других учёных [2, с. 1].

Вопросы социального воздействия туризма на регион, принимающий туристов, только начинают ставиться в фокус научного исследования отечественных авторов. Большей частью эти исследования инициированы проблемой овертуризма в рекреационных регионах в высокий сезон. Среди отечественных исследователей данной проблематики можно назвать отдельные работы следующих учёных: Папирян Г.А. (2000), Миненкова В.В. (2011), Аигина Е.В. (2018), Александрова А.Ю. (2018), Ветитнев А.М. и Чигарев Д.В. (2018, 2019, 2021) и других авторов, однако, эти исследования не носят системного характера [3, 4, 5, 6, 7, 8].

В статье Фатемех Шафаеи и Бадаруддин Мохаммед (Fatemeh Shafaei and Badaruddin Mohamed, 2015) проведён анализ этапов развития

оценки социального воздействия туризма, дан обзор наиболее важных моделей и подходов, представлены индикаторы оценки социальных и культурных последствий развития туризма.

В материалах ВТО (1993 г.) факторы развития чрезмерного туризма (овертуризма) делятся на две категории: факторы, связанные с условиями окружающей среды, и факторы, связанные с самим туризмом. Первые характеризуются воздействием роста туристической индустрии на качество, например, природы, воздуха и воды, вторые основаны на характере новых и существующих достопримечательностей, улучшенной доступности и маркетинговых усилий [9].

Как представляется, воздействие овертуризма на принимающую территорию значительно масштабнее представленных в данном исследовании факторов. Однако необходимо учитывать также и тот факт, что представленные на русском языке материалы и результаты исследований, проводимых ведущими в области туризма странами, весьма избирательны и меньше по объёму, чем те же самые документы, представленные на английском языке и языках Евросоюза.

Следует, на наш взгляд, согласиться с тезисом Николая Махутова, что «...использовать иностранные решения нужно только на основе нашей собственной технологической концепции», закладывая в основу определения стратегических целей развития, в том числе и туризма, ясное понимание, во имя чего это делается, во имя чего ставятся и решаются задачи, разрабатываются механизмы, критерии и структуры реализации целей [10].

Следует, на наш взгляд, выделять два типа факторов. Первый тип факторов — это факторы, приводящие к развитию овертуризма, и второй тип факторов — это факторы непосредственного воздействия овертуризма на рекреационную территорию и другие объекты его влияния.

Факторы первого типа представляют собой факторы формирования, развития и трансформации туристских потоков [11], которые под влиянием одного ведущего или комплекса внешних, внутренних воздействий, и их возможного сочетания приводят к появлению конфликта между местными жителями и туристами. Пропускной потенциал и его пороговые значения начинают рассматриваться и определяться в том случае, когда присутствует риск появления, указанного выше конфликта.

К внешним аспектам (факторам, воздействиям, показателям) можно отнести следующие аспекты: возрастающий интерес к стране предполагаемого отдыха, к жителям, культуре, истории, традициям, религии, природе, достопримечательностям, гастрономии страны; высокий рейтинг страны в списке привлекательных стран для туризма, наличие свободного времени для путешествий, возможность свободно выделять временные интервалы для проведения краткосрочных поездок или



путешествий несколько раз в год, наличие видов трудовой деятельности, осуществление которой возможно посредством сети Интернета в удалённом режиме, мода и престижность туризма в мире, появление социальной нормы, которая указывает на статус человека, размещающего фото и видео с мест проведения отдыха в социальных сетях, чрезмерная международная реклама туристских регионов, достопримечательностей, объектов показа; проведение различного рода рейтингов туристских городов, мест и территорий, достопримечательностей, рейтингов уровня жизни, уровня счастья жителей городов; геополитический фактор; фактор обеспечения безопасного отдыха и отсутствие потенциальных рисков в туризме; отсутствие медицинских ограничений; фактор значимости государственной политики в сфере туризма; социально-экономический фактор; появление системы доступных международных авиаперелётов, появление альтернативных средств размещения: Airbnb, HomeStay, CouchSurfing и других сетей, не поддающихся контролю со стороны государства и бизнес-структур [5, с. 47]; рост круизного туризма, не приносящего существенных доходов принимающим дестинациям от возрастающих потоков круизных туристов [5, с. 47], отсутствие контроля и системы управления ТП, использование информационных технологий в туризме для самостоятельной организации поездок по всему миру [5, с. 47], другие аспекты.

К внутренним аспектам можно отнести следующие показатели: туристская политика ограничения выездных из страны туристских потоков, закрытие для въезда отдельных стран и регионов в результате медицинских ограничений (КВ-19), разработка мер медицинского и организационного характера, позволяющих преодолеть медицинские ограничения на отечественных рекреационных территориях, фактор обеспечения безопасного отдыха и отсутствия потенциальных рисков в туризме, социально-экономический фактор, действие международных экономических санкций, расширение экономических границ доступности отдыха, появление системы доступных авиаперелётов, «плохо продуманная городская политика и несбалансированная стратегия планирования и развития отрасли» [5, с. 42], недостаточно эффективная система регулирования туристской деятельности [12], отсутствие системы регулирования туристскими потоками, отсутствие зонирования и единой классификации рекреационных территорий, мест проведения отдыха, отсутствие теоретических разработок по определению допустимых нагрузок в туризме (физических, экономических, регулирующих отношение со средой, социальных, экологических, политических), проведение на рекреационной территории крупных туристских мероприятий, фестивалей, соревнований, ярмарок-выставок, другие аспекты.

К смешанным показателям можно отнести фактор обеспечения безопасного отдыха и отсутствия потенциальных рисков в туризме, отсутствие медицинских ограничений или введение медицинских и организационных мер, способствующих преодолению медицинских ограничений в туризме, социально-экономический фактор, отсутствие системы управления туристскими потоками, появление системы доступных авиаперелётов и другие аспекты.

В концептуальной модели овертуризма [13, с. 23] его драйверами называются следующие показатели: плотность туризма, интенсивность туризма, вклад систем размещения типа Airbnb, интенсивность авиапутешествий, рост авиапутешествий, доля туризма в ВВП, близость крупных портов, близость объектов Всемирного наследия.

Представлены следующие показатели их воздействия на развитие туризма: изменение плотности и интенсивности туризма, вклада туризма в ВВП, появление экологической, экономической, социальной и психологической нагрузки.

При превышении указанных нагрузок определяют физическую, экономическую, социальную, психологическую ёмкость (потенциал, вместимость), экологическую вместимость (ёмкость окружающей среды), политический потенциал и управление.

Увеличение объёма и рост рынка туризма, вызывающие овертуризм, приводят к следующим воздействиям: джентрификация, сокращение численности населения, протестные движения, потеря привлекательности места назначения, потеря жилой привлекательности для жителей, несоответствие между типом посетителей и местом назначения, несоответствие между группами посетителей [13, с. 23].

«Джентрификация» – термин, используемый в городской географии для описания процесса социальной реструктуризации района. Целенаправленная модернизация жилой среды, а также реставрационные и конверсионные мероприятия приводят к изменению численности населения [14].

Факторами влияния на туристский потенциал (ёмкость, вместимость) названы: инвестиции в инфраструктуру; институты; заинтересованные стороны в бизнесе; восприятие, отношение жителей, субъектов предпринимательской деятельности и туристов; культура жителей и туристов.

Политика воздействия на овертуризм предлагает проведение следующих мероприятий: сокращение объёмов туризма (посещений), демаркетинг и уменьшение дисбаланса рынка, увеличение/наращивание потенциала (ёмкости, вместимости), привлечение жителей и заинтересованных сторон, контроль над экономикой туризма (экономикой совместного пользования) [13, с. 23].

Факторы второго типа представляют собой факторы непосредственного воздействия овертуризма на принимающую территорию, на местное



население, на самого туриста, на местное бизнес-сообщество, на интересы государства на рекреационной территории, на интересы производителей турпродукта, на прочие объекты влияния овертуризма. Факторы развития овертуризма представлены на рисунке 1.

Следует, однако сразу указать, что к появлению конфликта между местными жителями и туристами необязательно приводит возросший в объёме туристский поток, например, ожидаемый на курорте и привлекаемый рекламой на пустующие рекреационные территории в межсезонье.

К конфликту может привести, например, один турист-вандал или один турист, поведение которого бросает вызов культуре, традициям, религии местных жителей. Поэтому очень важно иметь рекреационным территориям кодекс этического поведения туриста, который просто необходим в связи со значительными различиями в культуре, традициях, истории, религии местных жителей и туристов. Это своеобразная визитная карточка рекреационной территории, которая говорит гостям: «Давайте быть взаимно вежливыми!».

Для определения факторов воздействия овертуризма следует, на наш взгляд, выделить, прежде всего, проблемные сферы влияния овертуризма на рекреационную территорию. Это такие сферы, как: местный социум, природа и окружающая среда, экономика, общая и специализированная туристская инфраструктура, информация, достопримечательности, прочие сферы влияния.

Таким образом, можно выделить и систематизировать факторы развития овертуризма, это – факторы, способствующие развитию овертуризма, и факторы воздействия овертуризма.

Факторы, способствующие развитию овертуризма, можно определить по отношению к развитию международного въездного туризма и по отношению к развитию внутреннего туризма. К ним можно отнести внешние, внутренние и смешанные факторы.

Для определения факторов воздействия овертуризма следует выделить объекты его воздействия, это – рекреационная территория, туристы, местное население, местное бизнес-сообщество, производители турпродукта, интересы государства на рекреационной территории, прочие объекты воздействия. Среди факторов воздействия на рекреационную территорию можно назвать: социальные, экологические, экономические, инфраструктурные, коммуникационно-информационные, культурно-исторические, религиозные и прочие факторы воздействия. Определение и систематизация указанных факторов требует тщательного анализа и проведения дополнительных научных исследований.

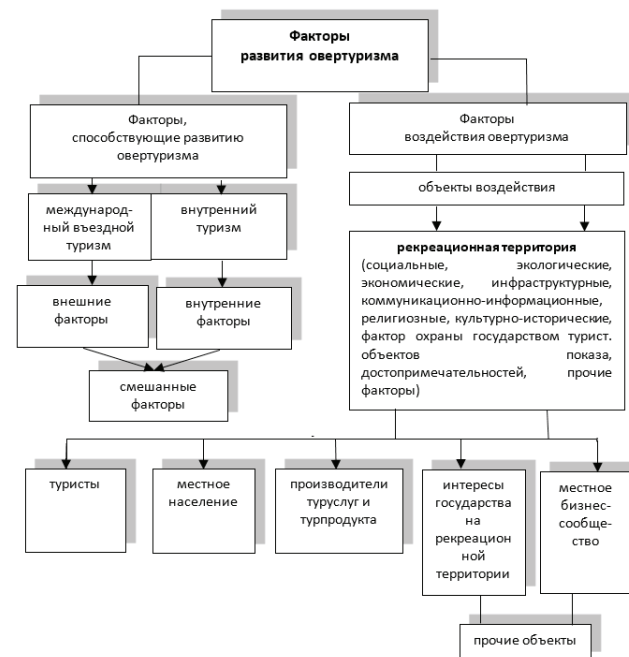


Рисунок 1 – Факторы развития овертуризма

Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СНГ РАН FGRW-2022-0001
по теме «Теоретико-методологические основы стратегического управления инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»

Список литературы

1. Мануков С. Смерть Венеции. Expert.ru. 16.05.2015. – URL: <https://expert.ru/2015/05/16/smert-venetsii/> (дата обращения: 25.10.2021).
2. Fatemeh Shafaei, Badaruddin Mohamed A Stage-Based Model Development Study on Tourism Social Impact Assessment // International Journal of Scientific and Research Publications. – Vol. 5. – Issue 3. March 2015. 1 ISSN 2250-3153. Available at: www.ijsrp.org (accessed: 23.09.2021). (In Eng.)
3. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. Глава 3. Экономическое воздействие туризма. – URL: https://tourlib.net/books_tourism/EkonTur3.htm. (дата обращения: 31.10.2021).
4. Миненкова В.В. Туристские кластеры как форма территориально-пространственной организации туризма в Северо-Кавказском регионе // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-klastery-kak-forma-territorialno-prostranstvennoy-organizatsii-turizma-v-severo-kavkazskom-regione> (дата обращения: 31.10.2021).
5. Аигина Е.В. Сверхтуризм и туризмобия: новые явления или старые проблемы? // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – Т. 12. – № 4. – С. 44. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sverhturizm-i-turizmobiya-novye-yavleniya-ili-starye-problemy> (дата обращения: 08.11.2021).
6. Александрова А.Ю. Сверхтуризм и туризмобия в европейских городах-дестинациях (кейс Барселоны) // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2018. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sverhturizm-i-turizmobiya-v-evropeyskih-gorodah-destinatsiyah-keys-barselony> (дата обращения: 13.02.2020).



- <https://cyberleninka.ru/article/n/sverhturizm-i-turizmobiya-v-evropeyskih-gorodah-destinatsiyah-keys-barselony> (дата обращения: 13.02.2020).
7. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Отношение жителей к туристам как показатель проблем овертуризма и туризмобии для туристских дестинаций (на примере города-курорта Сочи) // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-zhiteley-k-turistam-kak-pokazatel-problem-overturizma-i-turizmobii-dlya-turistskih-destinatsiy-na-primere-goroda-kurorta> (дата обращения: 01.11.2021).
 8. Ветитнев А.М., Чигарев Д.В. Предупреждение риска овертуризма в сочинской туристской дестинации // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 3(44). – С. 58-64. DOI: 10.24412/2304-6139-2022-11213.
 9. Александров Д., Николай Махутов: освоение Арктики поднимет российскую науку и технологии только при опоре на собственные силы // Босс. – URL: <http://www.bossmag.ru/archiv/2015/boss-06-2015-g/nikolaj-mahutov-osvoenie-arktiki-podnimet-rossijskuyu-nauku-i-tehnologii-tolko-pri-opore-na-sobstvennyye-sily.html> (дата обращения: 11.11.2021).
 10. Пустовойтенко С.И. Общие факторы трансформации туристских потоков в условиях современного развития туризма // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2019. – № 1(10). – С. 12-26. – URL: <http://journal.asu.ru/st/article/view/6219> (дата обращения: 28.10.2021).
 11. Логвина Е.В., Срачкова Н.В. Международный опыт в сфере развития туризма (на примере Германии) // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2015. – URL: [tps://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-v-sfere-razvitiya-turizma-na-primere-germanii](https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-v-sfere-razvitiya-turizma-na-primere-germanii). (дата обращения: 10.11.2021).
 12. Peeters P., Gössling S., Klijs J., Milano C., Novelli M., Dijkmans C., Eijgelaar E., Hartman S., Heslinga J., Isaac R., Mitas O., Moretti S., Nawijn J., Papp B. and Postma A. 2018. Research for TRAN Committee – Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament // Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Brussels. – P. 21-23. – URL: Available at: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2018\)629184](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2018)629184) (accessed: 23.09.2021). (In Eng.)
 13. Джентрификация. Словари и энциклопедии на Академике. – URL: <https://de-academic.com/dic.nsf/dewiki/505298> (дата обращения: 12.11.2021).

© Пустовойтенко С.И., 2022

УДК 338.482.22

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРА В КАЛИНИНГРАДСКУЮ ОБЛАСТЬ

Ростовцева М.М.

старший преподаватель кафедры
экономической и социальной географии,
Чувашский госуниверситет им. И.Н. Ульянова

Житова Е.Н.

старший преподаватель кафедры
экономической и социальной географии,
Чувашский госуниверситет им. И.Н. Ульянова

В статье рассмотрены особенности организации лечебно-оздоровительного туризма Калининградской области. Калининградская область имеет развитую инфраструктуру, а также природные условия и ресурсы, позволяющие специализироваться на лечении и оздоровлении. Лечебно-оздоровительные ресурсы Калининградской области обладают значительным потенциалом.

Ключевые слова: оздоровительный туризм, лечебный туризм, природно-рекреационные ресурсы, бальнеологические ресурсы, туризм.

Лечебно-оздоровительный туризм является одним из самых древних видов отдыха, но особую популярность приобретает в последние годы, так как все большее количество людей стало уделять внимание здоровью, окружающей среде и состоянию экологии, справедливо считая все перечисленные факторы взаимосвязанными. Наличие бальнеологических ресурсов способствует развитию территории, и приводит к возможности отдыхающих не только отдохнуть, но получить комплекс медицинских мероприятий и процедур. В Калининградской группе курортов оздоровительный туризм активно и целенаправленно развивается. Особенно актуальным это стало в последние годы, в связи с пандемией и событиями политического характера.

В работе проведена оценка лечебных природно-рекреационных ресурсов Калининградской области – климат, минеральные воды, лечебные грязи. Осуществлён структурный и территориальный анализ ресурсов и всей туристской отрасли. Данными для анализа послужили официальные публикации статистики (базы данных официальной Госкомстата Калининградской области), официальные порталы органов власти, материалы сайтов туристических фирм, санаториев и курортов и результаты экспедиции авторов.

Калининградская область богата лечебными природно-рекреационными ресурсами. Определяющим фактором является климат. Регион находится вблизи Балтийского моря, что создаёт условия для улучшения процессов происходящих в организме человека. Активизируется обмен веществ, происходит насыщение кислородом крови и как следствие улучшается сердечно-сосудистая система и дыхательная система. В Калининградской области имеются торфяные лечебные грязи. Применение грязей в лечении заболеваний внушительны, начиная от хронических заболеваний суставов и мышц и заканчивая гинекологическими заболеваниями. Велико значение минеральных вод в развитии области. Наличие хлоридно-гидрокарбонатно-натриевых и хлоридных высокоминерализованных рассолов в г. Светлогорск, Зеленоградск, Калининград, Гусев, Советск привлекают туристов с целью лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта [2].

Калининградская область обладает высокоразвитой санаторно-курортной инфраструктурой обязанной своим уровнем наличием природных ресурсов и сравнительно долгой историей своего существования. Бальнеологические ресурсы позволяют рассматривать оздоровительный туризм как один из способов развития экономики и туризма, в частности.



Развитие в России внутреннего туризма в рамках исполнения государственной программы «Развитие туризма» предполагает работу по привлечению россиян с целью отдыха и лечения в пределах страны [2]. Реализацией такого подхода может выступать разработка и проведение туристических маршрутов из конкретных субъектов страны.

Лечебно-оздоровительный туризм в массе своей представлен как правило индивидуальным отдыхом, даже если это семейный туризм, в сущности он объединяет одну семью. Предлагаемый маршрут тура ориентирован на лиц среднего возраста с желанием отдохнуть и полегчить. Лечебно-оздоровительный тур имеет длительность 21 день.

Предлагаемый тур рассчитан на жителей Чувашии желающих оздоровиться на курортах Калининградской области.

Тур предполагает вылет из Казани в связи с изменением маршрута полёта. Близость города Казани к республике Чувашии значительно сокращает нахождение туристов в пути и соответственно расходы на перемещение до Калининградской области. Существующее в настоящее время расписание предполагает, что отдыхающий будет в этот же день.

Маршрут привязан к санаторию «Янтарный берег», который располагает всеми видами лечебных процедур, основанных на природно-лечебных ресурсах региона. Санаторий имеет возможность работать как с семейными парами с детьми, так и индивидуально. Высококвалифицированный медицинский состав и обширный перечень предлагаемых медицинских процедур, позволяет в полной мере оздоровиться [5].

Другой существенной причиной выбора данного санатория, послужила близость его к объектам туристического показа, так как время, затрачиваемое на перемещение туристов, не должно превышать часа. Это такие города как Светлогорск с его необычными памятниками архитектуры. С городами Балтийск, Зеленоградск, Правдинск, Черняховка и Гусев, чтобы окунуться в их историю и ознакомиться с архитектурными шедеврами прошлых веков. Посёлок Янтарный, в котором можно познакомиться не только с происхождением янтаря, но и побывать на Балтийском море. В выходные дни экскурсионный маршрут можно проложить к более дальним городам области, например, к Калининграду.

В качестве заключения можно сказать, что в настоящее время, когда возникают сложности с посещением значительного числа курортов за пределами нашей страны с целью лечения и отдыха не стоит забывать о давно известных и достаточно развитых санаторно-курортных территориях Калининградской области.

Лечебно-оздоровительные ресурсы Калининградской области обладают значительным потенциалом. Необходимо усиливать связи между субъектами России для создания постоянно действующих маршрутов между ними, особенно с целью оздоровления как молодого, так и старшего поколения [1].

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма». – URL: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения: 18.09.2022).
2. Официальный сайт Министерства по культуре и туризму Калининградской области. – URL: <https://culture-tourism.gov39.ru/deyatelnost/turizm/strategiya-razvitiya-turizma-kaliningradskoy-oblasti/> (дата обращения: 18.08.2022).
3. Официальный сайт оператора Startour. – URL: <https://startour.ru/eks/ozdorovitelnyy-tur-202820> (дата обращения: 15.08.2022).
4. Официальный сайт туроператора Tu-Tu. – URL: https://go.tutu.ru/tury/ekskursionnye/tour_4789/ (дата обращения: 16.05.2022).
5. Официальный сайт санатория «Янтарный берег». – URL: <http://na-baltike.com/svetlogorsk/yantarnyj-bereg-sanatorij/> (дата обращения: 16.05.2022).
6. Портал Правительства Калининградской области. – URL: <https://gov39.ru/press/region/> (дата обращения: 18.08.2022).

© Ростовцева М.М., Житова Е.Н., 2022

УДК 61. 614

**ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ
В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА
«ЗДРАВООХРАНЕНИЕ»**

Русских С. В.,

кандидат медицинских наук,
старший научный сотрудник,
«Национальный НИИ общественного здоровья
им. Н.А. Семашко»;

доцент кафедры теории и практики
государственного управления, Национальный
исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Тарасенко Е. А.,

кандидат социологических наук,
доцент кафедры управления и экономики здравоохранения,
Национальный исследовательский университет «
Высшая школа экономики»

Магомедов И. Р.,

ведущий советник отдела организации
медицинской помощи при инфекционных заболеваниях
Департамента экстренной медицинской помощи и
Управления рисками здоровью
Министерства здравоохранения
Российской Федерации

Увеличение объема экспорта медицинских услуг можно оценить как одно из стратегических направлений развития национальных систем здравоохранения в мире в условиях глобализации, дающее определенные преимущества национальным системам здравоохранения, несмотря на влияние пандемии COVID-19 на мировой рынок медицинского туризма. В представленной статье проанализированы данные мнения практикующих медицинских работников, управленцев и экспертов в сфере здравоохранения: о терминологии, о текущем состоянии, об основных барьерах и перспективах развития экспорта медицинских услуг в Российской Федерации. В статье освещены перспективы использования экспорта медицинских услуг в Российской Федерации.

Ключевые слова: экспорт медицинских услуг, въездной медицинский туризм, маркетинг медицинских услуг, здравоохранение.

В настоящее время происходит реформирование российской системы здравоохранения, направленное в том числе на развитие рынка въездного медицинского туризма и экспорта медицинских услуг, благодаря чему планируется не только увеличение внебюджетного финансирования и приток инвестиций в отрасль, но и повышение качества и безопасности оказания медицинских услуг, выстраивание брендов российских клиник и усиление престижа и конкурентоспособности России на мировом рынке медицинского туризма.

В 2018–2020 гг. организаторами и экспертами в сфере здравоохранения была проделана существенная работа по налаживанию инфраструктуры для предоставления экспорта медицинских услуг иностранным гражданам, включая их маркетинговое продвижение и информационное сопровождение [1–4]. Начал успешно функционировать Координирующий центр по реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг», основной задачей которого является обеспечение достижения целевых показателей указанного федерального проекта [5, с. 261].

Стартовала работа сайта russiamedtravel.ru являющегося первой отечественной платформой, посвященной экспорту медицинских услуг и позволяющей иностранным гражданам получить оперативную информацию о медицинских услугах России.

Вместе с тем, несмотря на определенное начало и положительный мировой опыт, есть много вопросов по организации ЭМУ как единой системы и его отличие от рынка въездного туризма [6, с 18-21]. Возникшие вопросы можно распределить на 5-ти основных уровнях (базовых элементах) данной системы (табл. 1).

Целью данной работы является выявление факторов развития экспорта российских медицинских услуг, а также разработка предложений по его стимулированию.

Таблица 1

Распределение вопросов на 5-ти уровнях/базовых элементах экспорта медицинских услуг (ЭМУ) как единой системы

	Уровни/базовые элементы системы экспорта медицинских услуг	Детализация вопросов по ЭМУ
1	На уровне анализа Что нам говорит мировой опыт?	Какие положительные моменты могут быть при развитии ЭМУ для граждан России? Какие отрицательные моменты могут быть при развитии экспорта российских МУ для граждан России? Какие основные факторы стимулируют ЭМУ?
2	На уровне организации Нужна государственная поддержка и какая?	Поток иностранных пациентов в Россию в настоящее время остается стихийным или носит плановый и контролируемый характер? Нужны ли изменения законодательной базы? Нужны ли изменения визового режима? Какая из модели сопровождения привлечения иностранных пациентов наиболее оптимальна для России?
3	На уровне структуры Как правильно охарактеризовать современное состояние экспорта российских медицинских услуг в РФ?	Какой из секторов (частный или государственный) в России больше развит в целом для возможности ЭМУ? Какая структура сможет лучше привлекать иностранных пациентов в медицинские учреждения России? По каким профилям медицинской деятельности могут преимущественно оказываться медицинские услуги в частном секторе и государственном секторе? Возникнут ли проблемы лингвистического характера и как подготовить медицинский персонал к работе с иностранными пациентами?
4	На уровне процесса Информирование Сопровождение Стандартизация лечения	Нужен ли единый государственный сайт или кол-центр? Какой источник информации чаще всего могут использовать потребители (иностранцы пациенты) для оптимального правильного выбора соответствующей клиники и города в России? Надо ли создавать в клиниках России специализированные структуры или выделять отдельных сотрудников для привлечения иностранных пациентов и их дальнейшего сопровождения на этапах обследования и лечения? Как относится к развивающимся специализированным частным российским агентствам МТ? Как взаимодействовать с агентствами МТ и решать ключевые проблемы взаимодействия?
5	На уровне результата	Как оценить результаты лечения? Как и кто будет контролировать лечение? Как поступать при неудовлетворительных результатах лечения?

Источник: составлено авторами работы



Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

1. Проанализировать предыдущий опыт экспорта медицинских услуг за рубежом и в России.
2. Проанализировать стратегию развития экспорта российских медицинских услуг.
3. Провести анализ текущего состояния и имеющихся и предложенных путей решения по стимулированию экспорта медицинских услуг в России на основании обзорного анализа литературных источников, систематизации материалов глубинных интервью и данных социологического опроса. Выявить основные факторы, влияющие на развитие экспорта российских медицинских услуг.
4. Представить рекомендации по стимулированию экспорта медицинских услуг.

Для оценки мнения практикующих медицинских работников, управленцев и экспертов в сфере здравоохранения: о терминологии, о текущем состоянии, об основных барьерах и перспективах развития экспорта медицинских услуг в Российской Федерации были проведены социологические исследования в формате количественных онлайн-опросов – 184 респондентов, и качественных – 8 глубинных интервью (рис. 1).



Рисунок 1 – Портрет респондентов и экспертов, принявших участие в исследовании (составлено авторами работы)

Основные барьеры в реализации экспорта медицинских услуг: низкая информированность за рубежом о предлагаемых российских медицинских услугах, о клиниках и специалистах, проблемы развития инфраструктуры и сервиса, недостаточное владение иностранными

языками, сложность получения визы для лечения; отсутствие обязательной аккредитации МО в соответствии с национальными или международными стандартами; не разработаны и не утверждены нормативные акты по взаимодействию медицинских организаций (МО) с иностранными пациентами, профильными страховыми и асситансными компаниями; отсутствуют требования к услугам телемедицины для иностранных пациентов; нет единой системы электронных медицинских карт; трудности в сборе статистических сведений о пролеченных иностранных пациентах; нет системы страхования профессиональной ответственности врачей.

Экспорт российских медицинских услуг на дальнее зарубежье развит слабо и основной прирост показателей динамики объема медицинских услуг происходит за счёт находящихся в стране граждан СНГ.

В рамках социологического опроса эксперты охарактеризовали современное состояние экспорта российских МУ: 57 % опрошиваемых затруднились ответить, 34 % считают его недостаточным и только 9 % хорошим (рис. 2).

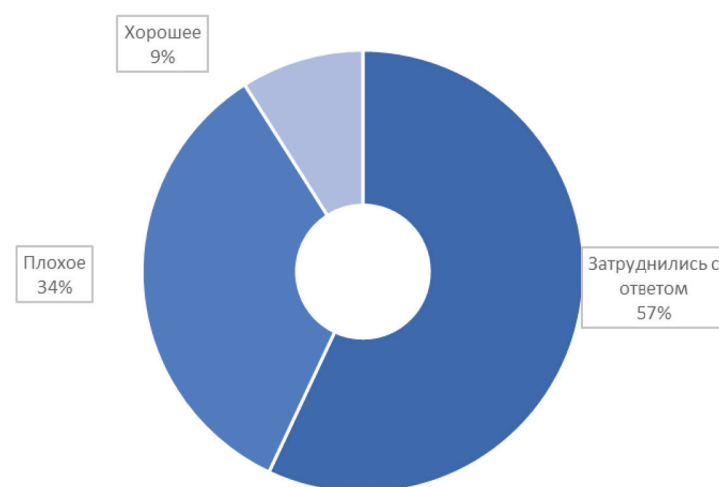


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос о современном состоянии экспорта российских МУ (составлен автором работы)

Эксперты отмечают целый ряд финансово-экономических, организационных и медико-социальных эффектов, проявляющихся:

- в увеличении дохода национальной экономики за счёт экспорта медицинских услуг и пакетных продуктов с высокой добавленной стоимостью («туристический мультипликатор»);

- в увеличении внебюджетного дохода медицинских организаций;
- в проведении переоснащения или дополнительного оснащения медицинских организаций;
- в развитии сервисной составляющей оказания медицинских услуг;
- в реализации программ стимулирования медицинского персонала;
- в росте профессионализма медицинского персонала;
- в стимуляции аккредитации российских медицинских организаций по международным стандартам в области качества и безопасности медицинских услуг;
- в росте конкуренции между медицинскими организациями, также положительно влияющей на повышение качества и доступности медицинских услуг.

Помимо этого, представляется целесообразным развивать маркетинговые коммуникации на международном рынке медицинского туризма, включая организацию и активное участие в международных конференциях и форумах по вопросам экспорта медицинских услуг за рубежом. Сотрудничество: с крупными и международными туроператорами национальной индустрии туризма, компаниями, занимающимися авиа- и железнодорожными перевозками.

На основании исследований выявлены факторы и барьеры в развитии экспорта медицинских услуг в России.

Несмотря на достаточную устойчивость использования термина «экспорт медицинских услуг» пока ещё не сформировалась целостная концепция и методология определения, а также исследования экспорта медицинских услуг как нового сегмента рынка.

Также следует отметить, что расчёт «на самоорганизующийся пациентопоток» из граждан ближнего зарубежья – это выигрышная бизнес-стратегия только в краткосрочной перспективе, поскольку она предполагает в ближайшие годы (при минимуме маркетинговых коммуникаций) достаточно уверенный рост сегмента экспорта медицинских услуг среди граждан ближнего зарубежья, уже живущих и работающих в России и заинтересованных в получении медицинских услуг в нашей стране. Такая бизнес-стратегия в среднесрочной и долгосрочной перспективе явно или неявно выводит за скобки развитие и использование туристического компонента рыночного продукта, который может выступать в будущем ключевым драйвером роста объёмов предоставляемых медицинских услуг иностранным гражданам из дальнего зарубежья.

Один из основных векторов развития экспорта медицинских услуг для пациентов дальнего зарубежья может быть направлен в настоящее время на страны Восточной Азии.

Необходима также поддержка государства (разработка НПА, маркетинговое продвижение на международных площадках, помощь во взаимодействии с международными страховыми компаниями) в увеличении доли услуг медицинской реабилитации в экспорте медицинских услуг, более активное привлечение факторов частного здравоохранения для развития экспорта медицинских услуг и расширение ассортиментной линейки продуктовых инноваций, способной сформировать новые сегменты не только на рынке въездного медицинского туризма, но и на Российском рынке медицинских услуг в целом [7, с. 59-60].

Список литературы

1. Nikitina O.A. Finding out shared expert opinion on the development of inbound medical tourism: The case of Russia. // European Research Studies Journal. – 2018. – № 21(3). – С. 623-635.
2. Daykhes A.N., Jakovljevic M., Reshetnikov V.A., Kozlov V.V. Promises and hurdles of medical tourism development in the Russian Federation // *Frontiers in Psychology*. – 2020. – № 11. – P. 1380.
3. Orlov S.A., Madyanova V.V., Stolbov A.P., Kachkova O.E. The evaluation of external business processes in export of medical services in the Russian Federation.
4. Бондаренко В.А. Государственный маркетинг в развитии въездного медицинского туризма в России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2020. – № 5. – С. 44-51.
5. Русских С.В., Тарасенко Е.А., Грин С.И., Югай М.Т, Крюкова К.К., Москвичева Л.И. Современные возможности экспорта медицинских услуг в России. Фармакоэкономика // Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. – 2022. – Т. 15. – № 2. – С. 259-266.
6. Tarasenko E.A., Dvoryashina M.M. Inbound Medical Tourism Or Export Of Medical Services: Which Market Do We Need? // The Regionological Journal of Pskov. – 2021. – Vol. 17. – № 3. – P. 18-33.
7. Дворяшина М.М., Тарасенко Е.А. Рынок частной медицины в России: взгляд маркетолога // ЭКО. – 2019. – Т. 49. – № 6. – С. 43-61.

© Русских С.В., Тарасенко Е.А., Магомедов И.Р., 2022

УДК 338.43+338.48

ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В АПК КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Саркисян В.А.
аспирант
лаборатории экономических исследований,
ФИЦ СНИЦ РАН

В работе анализируются перспективы развития сельского туризма в регионах России, на примере Краснодарского края. Рассмотрен стратегический подход субъектов Российской Федерации к росту туризма на сельских территориях, а также приоритетность его развития в национальных проектах. Отмечается, что

спрос на сельский туризм чаще всего реализуется в рамках экскурсий и маршрутов выходного дня. Потребность горожан в рекреации на природе удовлетворяется не только сельским, но и экологическим, спортивным и иными видами туризма. В целях комплексного развития сельских территорий предлагается осуществлять государственную поддержку всех видов туризма в сельской местности, что повысит мультипликативный эффект для регионов и сельских сообществ.

Ключевые слова: сельский туризм, туризм на сельских территориях, Краснодарский край.

Сельское хозяйство и производство продуктов питания - один из старейших, основополагающих секторов экономики, в то время как туризм - один из новых секторов, и сейчас в своем развитии они вышли на взаимопересекающиеся траектории. Аграрно-продовольственный сектор является необходимой пищевой базой для роста туризма в регионах, а туризм открывает возможности для диверсификации производства, доходов, занятости, улучшения качества жизни в сельской местности. Поэтому сельский туризм в настоящее время является видом деятельности, получившим стратегическую поддержку на государственном уровне и вошедшим во многие национальные и региональные программы и проекты.

В Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 г. сельский туризм назван одним из основных направлений диверсификации агропромышленного производства. Его доля в общем объеме туристских услуг в России пока невелика, в 2015 г. она составляла 1,5–2 % [1, с. 34], в то время как в странах Евросоюза агротуризм входит в пятерку наиболее популярных и востребованных видов туризма [2, с. 34]. По иным подсчётам, объекты сельского туризма в РФ в 2018 г. посетило около 8 млн чел., или 22 % от общего числа путешествующих по стране, но продолжительность их пребывания в основном составляла 1–3 дня [3, с. 10], то есть значительная часть поездок в сельскую местность является экскурсиями или маршрутами выходного дня.

Многие российские регионы давно заинтересованы в продвижении туристского продукта, открывающего приезжим гостям прекрасную природу, культуру, историю, архитектуру, ремёсла, национальную кухню, обряды и традиции, сохранившиеся в местных деревнях, селах и малых городах. Администрации таких субъектов РФ, как республики Карелия, Чувашия, Башкортостан, Московская, Ленинградская, Калининградская области, Алтайский край, Краснодарский край и др., использовали стратегический подход к развитию сельского туризма, разрабатывая целевые программы, предоставляя налоговые льготы, инвестируя в строительство инфраструктуры в сельской местности [4, с. 290]. К 2019 г.

господдержку сельского туризма осуществляли 25 субъектов РФ [3, с. 8]. Созданию объектов размещения и показа – агротуристических комплексов, усадеб, гостевых домиков, агротуристических ферм – способствовала также государственная поддержка малого предпринимательства в АПК. Для распространения опыта и продвижения туристского продукта, созданного на сельских территориях, ежегодно, начиная с 2012 г., проводились международные форумы «Сельский туризм в России».

Тем не менее, спрос на российские сельские объекты как на основную дестинацию остается невысоким; потребность горожан в отдыхе на природе зачастую реализуется в формате экологического туризма, который тоже способствует снятию стрессов и получению эстетических впечатлений от ландшафтов, нетронутых цивилизацией. Накопившийся к настоящему времени опыт, а также состояние туристского рынка свидетельствует о необходимости ряда институциональных изменений на федеральном и региональном уровнях, чтобы стимулировать аграриев создавать турпродукт, пользующийся спросом, и переориентировать часть туристских потоков в сторону более продолжительного пребывания на сельских территориях.

Прежде всего само понятие сельского туризма пока не является достаточно чётким, имея синонимы: агротуризм, туризм в сельской местности, туризм на сельских территориях. Не решены вопросы сходства и различия сельского туризма с экологическим туризмом, агроэкотуризмом, зелёным туризмом [5, с. 145], что необходимо для выделения его в отдельный вид деятельности по ОКВЭД и созданию рыночного предложения со специфическими особенностями для конкретных целевых рынков. В настоящее время, согласно национальному стандарту ГОСТ Р 56642-2015 «Экологический туризм», «агротуры и сельские «зелёные» туры (проживание на фермах, в сельских гостевых домах, сельских усадьбах и т. п.)» являются разновидностью экологических туров [6, п. 4.3].

Субъекты РФ, имеющие целевые программы «Развитие сельского туризма», до недавнего времени использовали свои региональные определения, чтобы поддерживать и стимулировать соответствующие проекты. По состоянию на 2019 г. понятия «сельский туризм»/«аграрный туризм» присутствовали в законах, программах и стратегиях 30 субъектов РФ [3, с. 8]. Так, понятие «сельский (аграрный) туризм» в 2014 г. включено в Закон Краснодарского края № 938-КЗ «О туристической деятельности в Краснодарском крае», и на его основе ежегодно проводятся конкурсы «Лучший объект сельского (аграрного) туризма в Краснодарском крае», формируется каталог аграрных туристических объектов края, осуществляется их продвижение на краевом и российском внутреннем рынке туризма. В крае уже пять лет работает «Школа агротуризма» для предпринимателей.



С 1.01.2022 г. сельским туризмом в Российской Федерации считается «туризм, предусматривающий посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до тридцати тысяч человек, в целях отдыха, приобщения к традиционному укладу жизни, ознакомления с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения материальной выгоды» [7, с. 145]. Заниматься этим видом деятельности имеют право только сельхозпроизводители, при этом использование земель сельхозназначения создает немало юридических проблем в связи с запретом Земельного Кодекса на жилищное строительство и возведение на них капитальных сооружений, к чему добавляются нормативные требования к средствам размещения в туризме. Конечно, эти вопросы со временем получают своё решение на федеральном уровне, так же как и вопрос участия предприятий индустрии туризма, – гостиничных, ресторанных, экскурсионных, организаторов туризма, а не только сельскохозяйственных товаропроизводителей – в занятие таким видом деятельности, как сельский туризм. Тем более, что Ассоциация туроператоров РФ совместно с Агентством по развитию и продвижению туризма будет включать сельские объекты в национальные туристские маршруты [8], благодаря чему можно рассчитывать на множество кооперационных проектов сельхозпроизводителей с туриндустрией.

Сельский туризм нельзя законодательно ограничивать фермерским или сельхозтуризмом, как считают многие исследователи и практики [2, с. 248; 8; 9]. Фермерский туризм, который подразумевает проживание на ферме по выращиванию зерновых, овощей или животных, знакомство с технологиями их производства, покупку произведённой продукции, является лишь одним из направлений туризма в сельских округах. Туристическая деятельность в сельской местности неоднородна. В зависимости от цели или вида деятельности она включает в себя ряд специализированных видов туризма, от спортивного и приключенческого до гастрономического, винного, экологического или зелёного (термин, который распространён в Европейском Союзе) [9].

В частности, на сельских территориях Краснодарского края планируется развивать различные виды туризма (табл. 1).

Продолжает развиваться как сельский, так и иные виды туризма на пригородных территориях таких муниципальных образований Краснодарского края, как города-курорты Сочи, Анапа, Геленджик, Горячий Ключ, Новороссийск. В Сочи работают экскурсионные программы посещения фабрик «Магеста-чай», «Хоста-чай», комплекса Уч-Дере «Чайные домики»; пасек с дегустацией мёда. Пригородная зона Новороссийска располагает объектами виноградарства и виноделия: центром винного туризма «Абрау-Дюрсо», малыми винодельнями «Шато-Пино» и др.

Таблица 1

**Приоритетные направления
развития туризма на сельских территориях
Краснодарского края**

Абинский район	Сельский (аграрный) туризм; спортивный (горный пешеходный, парапланеризм); историко-культурный (этнографический, военно-исторический)
Апшеронский район	Экологический, бальнеолечение; приключенческий, экстремальный, спортивный (альпинизм, горнолыжный, дельтапланеризм, рафтинг, спелеотуризм, спортивное ориентирование), рыболовство, охота
Крымский район	Сельский туризм; винный туризм; активный семейный отдых; лечебно-профилактический; историко-культурный (этнический и военно-исторический) туризм
Мостовской район	Бальнеологический, SPA-туризм, историко-культурный, спортивный (маунтинбайк, рафтинг), экологический горный туризм, сельский туризм
Северский район	Сельский туризм, пеший горный туризм
Темрюкский район	Сельский туризм; винный туризм, историко-культурный (археологический), спортивный, бальнеологический, лечебный, пляжный туризм
Туапсинский район	Сельский (аграрный) туризм; пляжный туризм, деловой, событийный, культурный, спортивный водный туризм, экологический туризм, детский отдых

Источник: разработано на основе [10, с. 66-80]

Многие из этих видов туризма осуществляются в условиях кооперации и координации предпринимателей разных видов деятельности, что даёт больший мультипликативный эффект для региона и сельских сообществ, чем при государственной поддержке и приоритетности только сельского туризма.

Если органы власти ставят цель комплексного развития сельских территорий, то в поддержке нуждаются все возможные виды туризма в сельской местности, поскольку они создают новые рабочие места, повышают деловую активность, доходы, способствуют устойчивому проживанию жителей сел и притоку новых кадров.

*Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СНГ РАН FGWR-2022-0001*

по теме «Теоретико-методологические основы стратегического управления инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»



Список литературы

1. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 г. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 2 февраля 2015 г. № 151-р, в действующей редакции. – URL: <http://government.ru/docs/16757/>
2. Казначеева С.Н., Челнокова Е.А., Коровина Е.А. Агротуризм как одно из перспективных направлений индустрии туризма // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 3 (часть 2) – С. 248-252.
3. Лебедева И.В., Копылова С.Л. Результаты исследования «Текущее состояние сельского туризма в России. Выявление проблем и перспектив развития (2019 год)». – М.: АНО АРСИ, 2019. – 44 с.
4. Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 2-1(70). – С. 287-292.
5. Дорогова З.В., Хачев М.М., Коков Н.С. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Индустриальная экономика. – 2022. – № 5. – С. 145-151. DOI: 10.47576/2712-7559_2022_5_2_14.
6. Национальный стандарт Российской Федерации «Туристские услуги. Экологический туризм». ГОСТ Р 56642-2015. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124943>.
7. Федеральный закон от 02.07.2021 г. № 318-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и статью 7 Федерального закона «О развитии сельского хозяйства». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47029>.
8. Агротуризм в России: от грантов до национальных маршрутов. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58842.html> (дата обращения: 25.09.2022).
9. Albacete-Saez C.A., Fuentes-Fuentes M.M., Lloréns-Montes F J. Service quality measurement in rural accommodation // Annals of tourism Research. – 2007. – Т. 34 – № 1. – С. 45-65. – DOI: 10.1016/j.annals.2006.06.010.
10. Концепция развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2030 г. – URL: <https://kurort.krasnodar.ru/activity/informatsiya/kontseptsiya-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksa-krasnodarskogo-kрая-do-2030-god/s/10851> (дата обращения: 24.09.2022).

© Саркисян В.А., 2022

УДК 338.486

**О СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ
ТУРИЗМА В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ**

Сарян А.А.

*кандидат экономических наук,
ведущий научный сотрудник
ФИЦ СНГ РАН*

В статье раскрывается система национальных проектов в контексте стратегического развития внутреннего туризма. Рассмотрены вопросы согласования проектных решений, координации процесса их реализации и взаимодействия субъектов управления проектами. Представлена общая схема взаимосвязей между национальными проектами в процессе реализации стратегических задач развития внутреннего туризма. Подчеркнуто значение координации проектных решений в достижении стратегических целей и задач. Рекомендуются их корректировка с учётом современных факторов.

Ключевые слова: внутренний туризм, национальный проект, региональный проект, проектные решения, взаимосвязи между проектами, новые факторы.

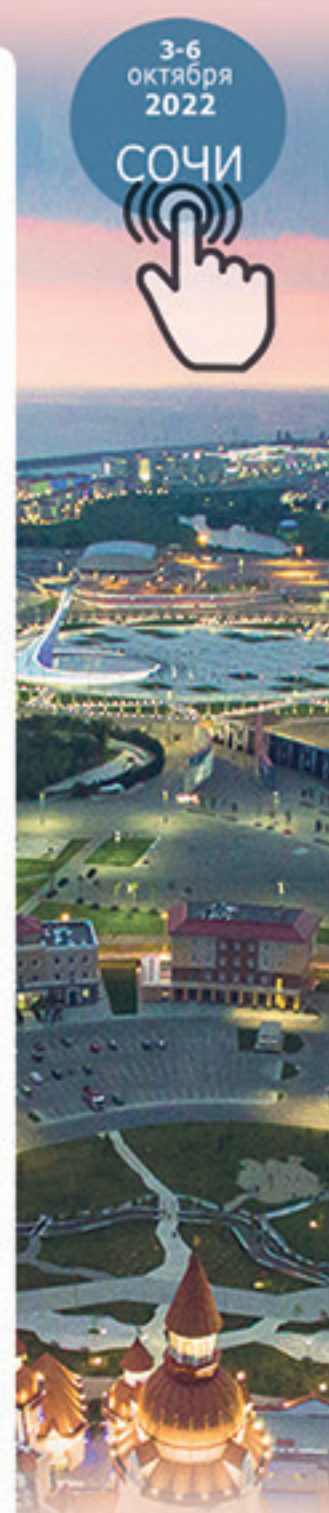
В современных условиях национальные проекты по приоритетным направлениям деятельности, определяемые государством, становятся одним из основных инструментов стратегического планирования социально-экономическим развитием страны и её регионов. В контексте стратегического планирования развитием туризма проекты и программы федерального уровня дополняются региональными и муниципальными разработками, которые предусматривают модернизацию инфраструктуры, создание новых курортов, туристских продуктов, объектов и маршрутов при организационной и финансовой поддержке государства.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что реализация совокупности национальных проектов явно или неявно обеспечивает устойчивое развитие туризма. Основная проблема, требующая разрешения, состоит в недостаточной эффективности механизма, обеспечивающего взаимосвязь между национальными проектами. Цель данного исследования – изучить, каким образом национальные проекты способствуют реализации взаимосвязанных задач развития туризма в долгосрочной перспективе. Указанная цель достигается решением следующих исследовательских задач: анализ предназначения национальных проектов в системе стратегического планирования развитием внутреннего туризма, определение общей схемы взаимодействия национальных проектов в решении этой задачи, выявление причин возникновения проблем в реализации проектных решений, определение способов их устранения.

Объектом исследования являются национальные проекты стратегического развития, а предметом – особенности процесса реализации проектных решений в сфере туризма.

В каждом национальном проекте (в дальнейшем – Проект) обозначены стратегические цели и задачи по отдельным приоритетным секторам деятельности на 2019–2030 гг. Анализ содержания Проектов показывает, что их реализация направлена на достижение стратегических целей развития тех секторов деятельности, для которых они разработаны. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» – это специализированная разработка, которая реализуется для того, чтобы обеспечить устойчивое развитие российского туризма включительно до 2030 г. на основе инвестиционных ресурсов, выделенных государством исключительно для выполнения этого Проекта.

Другие национальные проекты предназначены для реализации стратегических целей и задач по другим приоритетным секторам



деятельности. На первый взгляд, они явно не направлены на то, чтобы развивать внутренний туризм, но неявно они эту задачу выполняют в пределах направления деятельности, для развития которого они разработаны. Так, если одной из задач национальных проектов «Демография» и «Здоровье» является увеличение численности населения и укрепления общественного здоровья, то достижение этих целей через некоторое время приведёт к росту потребительского спроса на туристические поездки. Обратная связь в этом случае заключается в том, что развитие туризма и курортного дела будет способствовать достижению цели повышению общественного здоровья (проект «Здоровье»), что, в свою очередь, неявно будет способствовать росту численности населения и в потенциале – региональных туристских потоков.

В содержании Проектов, паспорта которых опубликованы в средствах массовой информации, отсутствуют односторонние или перекрестные ссылки, указывающие на взаимосвязи между ними, несмотря, что в действительности они явном или неявном виде существуют. Тем более, что все Проекты направлены на достижение национальных целей развития России на период до 2030 г., принятых Указом Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474. В общем виде взаимосвязи между Проектами и их влияние на развитие туризма обозначены на рисунке 1.

По способу, каким образом определены значения плановых показателей национальных проектов, можно выявить степень обоснованности принятых в них решений и согласованности этих решений на стадии проектирования. Этим способом является программно-целевой метод, который предполагает соблюдение нескольких требований. Эти требования заключаются в том, что поставленные цели определяют задачи и систему плановых мероприятий по их достижению. Мероприятия по достижению поставленных целей должны быть увязаны с ресурсами, обеспечена сбалансированность принятых решений по всем национальным проектам.

К примеру, если следовать логике, нельзя ставить цель по увеличению численности населения (проект «Демография»), которая не будет соответствовать пропускной способности медицинских учреждений (проект «Здравоохранение») или туристических предприятий по их размещению в отелях и санаториях (проект «Туризм и индустрия гостеприимства»). Аналогичные примеры взаимосвязей можно привести и по другим национальным проектам.

В процессе реализации Проектов возникла необходимость устранения проблем, которые стали возникать, так как на этапе их разработки некоторая часть взаимосвязанных проектных решений предварительно не была согласована по количественным и качественным

параметрам, срокам и последовательности их реализации. Поэтому на стадии внедрения Проектов стала актуализироваться такая проблема, как создание механизмов согласования и координации их исполнения в субъектах РФ. По сути, задача этих механизмов состоит, в том числе в устранении некоторого разнобоя между Проектами, которые порождают определённые проблемы, например, во время внедрения региональных проектов [1].

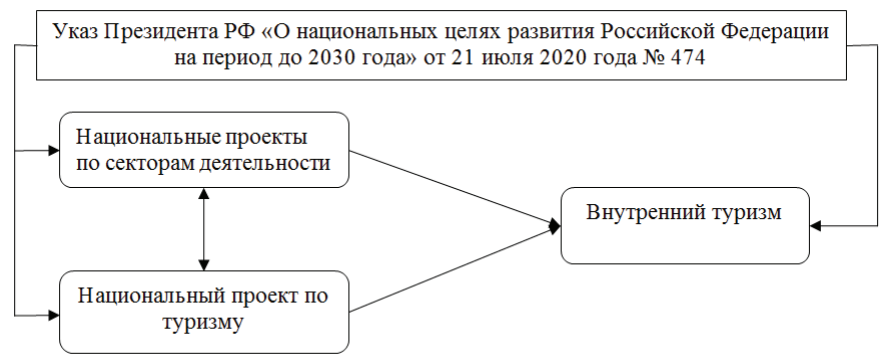


Рисунок 1 – Взаимосвязи национальных проектов по приоритетным секторам деятельности на период до 2030 г. в контексте развития внутреннего туризма

К разряду мер по координации проектных решений можно отнести также их корректировку [2]. Основанием для этого является появление к осени 2022 г. ряда новейших факторов, существенно влияющих на развитие въездного и внутреннего туризма, некоторые из которых указаны в таблице 1.

Реализация Проектов явно или неявно влияет на развитие туризма, который технологически связан со смежными отраслями. Наличие таких связей обязывает разработчиков предварительно согласовать пересекающиеся проектные решения. Национальные проекты рассчитаны на определенный срок. В зависимости от состояния проекта его можно разделить на 4 этапа, которые образуют жизненный цикл проекта.

Если на стадии подготовки и разработки Проекта они в достаточной степени не согласованы, содержат в себе явные или неявные противоречия и направлены преимущественно на достижение ведомственных интересов, то в процессе их внедрения объективно могут возникнуть проблемы, устранение которых требует создания соответствующих механизмов и дополнительного согласования.

Таблица 1

Новейшие факторы, влияющие на развитие внутреннего туризма в современных условиях

№ п/п	Новейшие факторы, влияющие на развитие въездного и внутреннего туризма в России
1	Эскалация санкций к российским гражданам в 2021–2022 г. со стороны США, стран ЕС и других государств, ограничивающих российские туристские потоки
2	Ухудшение безопасности российских туристов за рубежом в связи с обострением международной обстановки вокруг России
3	Сокращение туристского потока на курортах Крыма в 2022 г. в связи с ухудшением обстановки вокруг полуострова
4	Закрытие аэропортов Юга России из-за обострения ситуации в регионе
5	Отсутствие достаточного роста доходов населения, позволяющих присоединиться к туристскому потоку гражданам, ранее не совершающих туристические поездки из-за нехватки денежных средств
6	Продолжающийся циклический кризис, связанный с распространением новых штаммов коронавируса, ограничивающих туристические поездки
7	Появление статуса недружественных к России государств и территорий, введение против них мер воздействия (противодействия) ³
8	Отказ некоторых стран Европейского союза в выдаче шенгенских виз или установление критических ограничений в их получении российским гражданам
9	Запрещение использовать платежную карту «Мир» в расчётах за рубежом

При разработке национальных проектов использовались два подхода. С одной стороны, каждый из них предусматривает реализацию интересов развития своего приоритетного сектора деятельности, с другой стороны, в идее разработки национальных проектов заложено стремление решить задачи устойчивого развития страны в целом и при этом получить синергетический эффект. Другими словами, разработчики Проектов попытались реализовать холистический подход, означающий стремление через национальные проекты решить задачи социально-экономического развития страны как единой системы, улучшая управляемость её подсистем – регионов и муниципалитетов. Вместе национальные проекты образуют сложную систему, результатом их совместной реализации должно быть преодоление негатива в социально-экономическом состоянии страны и его существенное улучшение в перспективе.

Использование холистического подхода при разработке Проектов не означает, что предусматривается решение только общегосударственных (макроэкономических) задач. Это также не значит, что разработчики Проектов смотрели на социально-экономическое развитие, образно говоря, «с высоты птичьего полета», не видя при этом важные детали, и определяли цели, исходя только от общих закономерностей и векторов развития. Через региональные и муниципальные проекты реализуются общегосударственные цели и задачи, заложенные в федеральные национальные проекты. Такая схема предусмотрена в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства», в рамках которого последовательно формируются так называемые пулы региональных проектов.

Следует добавить, что существуют явные и неявные взаимосвязи между национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства» с остальными Проектами по другим приоритетным секторам деятельности. За счёт использования результатов их внедрения возможно получение синергетического эффекта без какого-либо дополнительного финансирования.

Рассмотрим некоторые из примеров, показывающих взаимосвязи между национальными проектами. При этом будем учитывать, что проект «Туризм и индустрия гостеприимства» был разработан и утверждён, когда другие Проекты с 2019 г. находились на стадии внедрения, создавая предпосылки для перспективного развития внутреннего туризма. Это обстоятельство позволяет утверждать, что при разработке национального проекта по туризму была возможность согласовать его цели и задачи с остальными проектами. Однако результаты контент-анализа текста этого проекта свидетельствуют об отсутствии ссылок на аналогичные разработки по другим сферам деятельности, об этом ничего не сообщалось и во время публичной презентации этой разработки. Если эти взаимосвязи предполагались, то, скорее всего, неявным образом. С учётом этого обстоятельства показательно рассмотрим некоторые, «бросающиеся в глаза» взаимосвязи между национальным проектом по туризму и трёх других, явно связанных с ним, Проектов в контексте того, как реализация взаимосвязанных (пересекающихся) проектных решений позволяет получить синергетический эффект туристической сфере.

Национальный проект «Здравоохранение» (Проект) [5].

В Проекте отсутствуют любые виды ссылок на туризм, как вид деятельности, направленный на оздоровление граждан и улучшение общественного здоровья в целом. Проект решает задачи по профилактике болезней, укреплению здоровья путём развития системы больниц, поликлиник и других медицинских учреждений, входящих в систему Минздрава РФ. В этом документе никоим образом не указана роль туризма и



курортологии в решении важнейшей задачи по оздоровлению населения. Обратные связи также отсутствуют. Это упущение разработчиков Проекта «Здравоохранение» свидетельствует, во-первых, о недооценке ими роли туризма в воспроизводстве человеческого капитала и, во-вторых, о фактическом игнорировании значения туризма в оздоровлении российских граждан. Таким образом, из сказанного можно сделать вывод, что при проектировании национального проекта «Здоровье» не были взяты во внимание роль и место туризма в оздоровлении населения. Такой же подход наблюдается и в отношении национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», разработчики которого имели возможность указать на конкретные взаимосвязи между проектными решениями этого стратегического документа с уже внедряемым с 2019 г. проектом по здравоохранению. Тем не менее, в национальных проектах «Здравоохранение», с одной стороны, «Туризм и индустрия гостеприимства» и Государственной программы РФ «Развитие туризма» [4,6], с другой, существуют объективные взаимосвязи в реализации задач по достижению поставленных целей по оздоровлению населения. В соответствии с проектными решениями этих двух документов планируется реконструкция санаторно-курортных объектов, развитие курортологии и повышение качества курортного обслуживания. Помимо этого, по возможности государство обязывается оказывать поддержку развитию внутреннего туризма, что также соответствует целям национального проекта «Здравоохранение». К примеру, этот Проект планирует снижение показателей смертности населения трудоспособного возраста, от болезней системы кровообращения и новообразований. В решении этой задачи немаловажную роль будет продолжать играть санаторно-курортное оздоровление и туризм.

Национальный проект «Демография» (Проект) [7]

В Проекте отсутствуют ссылки на туризм, а также обратные связи. Основные проектные решения (задачи) Проекта, косвенно (неявно), указывают на их взаимосвязь с перспективным развитием региональных туристских потоков за счёт предполагаемого увеличения средней продолжительности жизни, коэффициента рождаемости, доли граждан, ведущих здоровый образ жизни, роста до 55,0 % доли людей, занимающихся физической культурой и спортом. Здоровый образ жизни означает также занятие туризмом, однако об этом в Проекте ничего не сказано совсем, тем не менее, в неявном виде такая зависимость между ними объективно существует.

Национальный проект «Образование» (Проект) [8]

В качестве основной цели Проекта определено воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций. Роль образовательных программ по туризму в достижении этой цели в национальном проекте не обозначена, это в равной степени относится и к организации туристских поездок (маршрутов) с целью ознакомления с многообразным природно-рекреационным и историко-культурным наследием страны.

Из сказанного напрашивается вывод, что в реализации основной задачи Проекта по достижению гармонично развитой личности предусмотрены не все инструменты. Проект игнорирует молодёжные образовательные туристические поездки, в том числе с целью ознакомления историко-культурным наследием страны.

Между национальными проектами существуют объективные взаимосвязи, которые не указаны в Проектах. Вместе с тем, их невозможно игнорировать, поэтому практика внедрения национального проекта по туризму сталкивается с тем, что в отдельных случаях решения национального проекта не стыкуются с региональными проектами по туризму, преодоление которых требует дополнительных усилий по устранению противоречий в реализации стратегических задач развития этой сферы.

Чётко не прописана система управления проектированием, финансированием и внедрением региональных туристических проектов и их взаимосвязь с национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства». Это приводит к дополнительным согласованиям, перенесению сроков исполнения, вмешательству административных органов в процесс реализации проектных решений.

Государственной программой «Развитие туризма» планируется масштабное наращивание туристической инфраструктуры и туристского потока. При этом вне рамок Программы остался рост доходов населения, без которого существенное, более чем в 2 раза к 2035 г., увеличение туристических поездок невозможен, как это предусматривается национальным проектом по туризму, поэтому туристическая инфраструктура рискует остаться недогруженной.

В целях повышения эффективности реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» предлагается:

1. провести корректировку стратегических целей и задач по развитию туризма на период до 2035 г. с учётом современных факторов, влияющих на стратегические ориентиры в туризме;
2. повысить уровень обоснованности проектных решений стратегического развития туризма с учётом геополитических изменений,



сбалансировать потребительский спрос и предложение туристского продукта, устранить приоритет опережающего роста последнего над первым;

3. разработать план-схему взаимосвязей между национальным проектом по туризму с другими проектами с учётом его обновленных стратегических целей и задач.

Список литературы

1. Путин поручил создать механизм координации исполнения нацпроектов в регионах. [Электронный ресурс]. – URL: https://tass.ru/politika/9820269?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения 01.07.2022).
2. Путин поручил подготовить корректировку нацпроектов. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://yandex.ru/turbo/vz.ru/s/news/2020/6/2/1042731.html> (дата обращения 09.07.2022).
3. Ашихмина Я.Г. интеграционные проекты в современной России: виды и характеристики // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2010. – Вып. 10.
4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Презентация. Межведомственное сотрудничество на примере развития туристических макротерриторий. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения 14.07.2022).
5. Национальный проект «Здравоохранение». – [Электронный ресурс]. – URL: <https://strategy24.ru/rf/health/projects/natsionalnyy-proekt-zdravookhranenie> (дата обращения 10.07.2022).
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.12.2021, № 2439 «Об утверждении Государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма».
7. Национальный проект «Демография». – [Электронный ресурс]. – URL: <https://strategy24.ru/rf/demography/projects/natsionalnyy-proekt-demografiya> (дата обращения 28.07.2022).
8. Национальный проект «Образование». – [Электронный ресурс]. – URL: <https://strategy24.ru/rf/education/projects/natsionalnyy-proekt-obrazovanie> (дата обращения 28.07.2022).

© Сарян А.А., 2022

УДК. 338.48

BIG DATA В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Сердюков С.Д.

кандидат экономических наук,
начальник отдела дистанционных образовательных программ,
«Российский Международный Олимпийский Университет»

В статье рассматриваются способы применения технологии Big Data в индустрии туризма и барьеры, с которыми сталкиваются предприятия в процессе внедрения данной технологии в свою деятельность. На основе рассмотренных практик применения технологии Big Data туристскими предприятиями, подготовлен и проведён опрос экспертов с целью получить оценку динамики развития IT в целом и применения технологии Big Data в туристской отрасли в частности, выявить наиболее распространённые цели применения Big Data предприятиями отрасли и барьеры, препятствующие внедрению данной технологии в работу, и другое.

Ключевые слова: Big Data, Big Data в туризме, туризм, экономика туризма, информационные технологии, цифровая трансформация туризма, цифровизация туризма, цифровая трансформация экономики, цифровизация экономики.

Туризм в России в 2020–2022 гг. – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являющаяся драйвером экономического роста ряда регионов России. Принятый правительством Российской Федерации комплексный пакет мер господдержки туризма в 2021 г. дал возможность российскому туристскому рынку выйти в лидеры по темпам восстановления в период после пандемии новой коронавирусной инфекции. Вместе с тем сегодня в России во многих отраслях экономики наметился переход от традиционных подходов к организации работы предприятий к цифровым, и туризм не стал исключением. В 2020 г. Президент Российской Федерации подписал указ, согласно которому цифровая трансформация определена как одна из пяти национальных целей развития страны до 2030 г. [7, с. 8; 8, с. 4]. Годом ранее была утверждена Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», содержащая также федеральный проект «Искусственный интеллект» [14]. Таким образом, Big Data – одна из основополагающих технологий широкого понятия искусственного интеллекта – может считаться приоритетным направлением развития цифровой экономики в России.

В статье рассматривается понятие Big Data, возможности, которые предоставляет данная технология предприятиям туристской отрасли, и барьеры, препятствующие её внедрению в деятельность предприятий. Также на основе опроса экспертов – сотрудников предприятий туристской отрасли – даётся оценка текущей динамики IT и Big Data в отрасли, определяются цели и возможности эффективного применения технологии Big Data предприятиями, выявляются наиболее значимые барьеры для внедрения.

При проведении исследования использованы нормативно-правовые акты, статьи российских и зарубежных учёных, электронные ресурсы, результаты опроса экспертов туристской отрасли.

Сегодня развитие информационных технологий, выраженное в постоянном совершенствовании программного и аппаратного обеспечения, а также в непрерывно растущем уровне проникновения широкополосного доступа в интернет в сегменте частных лиц, влечёт непрерывный рост объёма производимых пользователями данных. Таким образом, центральным элементом механизма генерации данных является каждый из нас: фото- и видеоматериалы, снятые на камеру личного смартфона, публикации в социальных сетях, запросы в поисковых системах, и многое другое – большие и разнообразные цифровые данные [9, с. 188].



Анализ цифровых данных предоставляет возможность извлечения выгод в условиях растущего объёма и распределения данных по многочисленным узлам сети Интернет [2, с. 937]. Важно понимать, что само понятие Big Data не распространяется на все цифровые данные пользователей. Понятием Big Data описываются данные, объём которых настолько велик, что не позволяет работать с ними с помощью стандартных инструментов обработки данных [1, с. 358]. При этом Big Data – это не только данные, но и набор технологий для решения задач хранения, обработки и распределения больших объёмов данных [2, с. 938], и получения информации [5, с. 77].

Внедрение технологии Big Data в работу даёт предприятиям следующие возможности и преимущества [3, с. 251]:

- Персонализация и персонификация – создание персонального предложения.
- Получение информации о клиентском опыте.
- Динамическое регулирование цен с учётом спроса.
- Получение объективной информации о ключевых трендах рынка.
- Снижение издержек на маркетинговые расходы и повышение их эффективности.
- Управление клиентским опытом.
- Создание проектов, пользующихся спросом.

Таким образом, можно сделать вывод, что применение технологии Big Data позволяет извлекать новые знания, открывающие предприятиям дополнительные возможности для получения выгод.

На сегодняшний день вопросы применения технологии Big Data предприятиями туристской отрасли в России имеют высокую актуальность, так как для более динамичного развития отрасли необходимы системные подходы к организации и планированию туризма [6, с. 136]. Применение технологии Big Data для анализа туристских данных даёт возможность получать информацию о потребительском поведении туристов, например, о выборе направления поездки, критериях выбора объекта размещения и др. [4, с. 353]. Данная информация в дальнейшем может служить основой при разработке персонализированного предложения, которое отвечает требованиям рынка. Крупные отельные сети и авиоперевозчики используют цифровые инструменты, основанные на технологии Big Data, для динамического регулирования цен на свои услуги с учётом изменения спроса на рынке и предложений конкурентов [6, с. 137; 11]. Также примером применения Big Data в индустрии гостеприимства является внедрение технологии «умного дома» в номерах. Подобные инструменты могут автоматически устанавливать режим работы

кондиционера и регулировать яркость освещения в номере, чтобы создать комфортные условия для постояльцев [12]. Приведённые примеры практик применения Big Data в туристской отрасли демонстрируют, что данная технология даёт новые возможности для прямого взаимодействия с потребителем и помогает достичь максимальной персонализации сервиса [1, с. 359].

Однако существует ряд барьеров, препятствующих внедрению технологии Big Data в деятельность предприятий туристской отрасли. Такие барьеры включают в себя: дефицит квалифицированных кадров, высокую стоимость внедрения технологии, и недостаток опыта внедрения в России [6, с. 136; 10, 13].

Результаты и дискуссия

Для получения оценки текущей динамики IT и Big Data в туристской отрасли, определения целей и возможностей эффективного применения Big Data предприятиями отрасли, выявления наиболее значимых барьеров для внедрения и др. был проведён опрос экспертов – сотрудников туроператорских и турагентских компаний, гостиниц и санаториев, предприятий общепита, экскурсионных фирм и др. Опрос проводился методом добровольного анонимного анкетирования в очной форме. Всего было опрошено 39 человек.

В первую очередь эксперты дали оценку динамике развития IT в туристской отрасли в течение последнего года (2021–2022 г.). Большинство экспертов (33,3 %) «нейтрально» оценили динамику развития, четверть опрошенных (25,6 %) оценили динамику «позитивно». Полные результаты оценки представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Оценка динамики развития IT в тур. отрасли в 2021–2022 гг. (составлено автором)

Также опрошенные эксперты дали оценку применению технологии Big Data в туризме. Большинство (28,2 %) также оценили применение Big Data в туризме «Нейтрально», чуть меньше четверти (23,1 %) оценили – «Скорее позитивно». Полные результаты оценки представлены на рисунке 2.

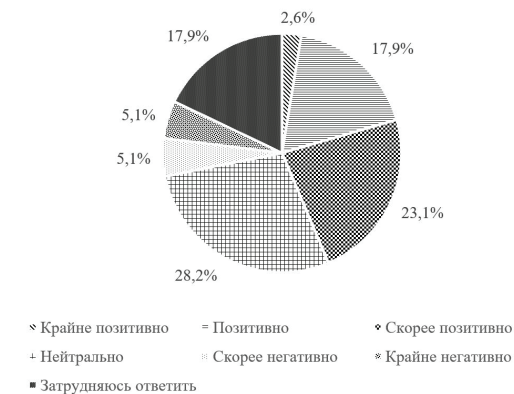


Рисунок 2 – Оценка применения технологии Big Data в туризме (составлено автором)

28,2 % экспертов отметили, что их предприятия применяют Big Data в своей деятельности. Далее они обозначили цели применения Big Data. Чаще всего (45,5 %) предприятия применяют Big Data для управления клиентским опытом. Также часто (27,3 %) – для получения объективной информации о ключевых трендах рынка и динамического регулирования цен с учётом спроса. Полные результаты опроса о целях применения Big Data представлены на рисунке 3.

71,8 % экспертов отметили, что их предприятия не применяют Big Data в своей деятельности, назвав при этом возможности применения Big Data для повышения эффективности деятельности предприятия. Более половины опрошенных (53,6 %) назвали получение объективной информации о ключевых трендах рынка главной возможностью применения Big Data. Чуть меньше (46,4 %) – управление клиентским опытом. Полные результаты опроса о возможностях применения Big Data для повышения эффективности деятельности предприятия представлены на рисунке 4.

Основным барьером, препятствующим внедрению Big Data в деятельность предприятий туристской отрасли, по мнению экспертов, стало отсутствие достаточного опыта внедрения в России – 74,4 %. Дефицит кадров – 59 %. Высокая стоимость внедрения – 43,6 %. При этом 30,8 % экспертов считают, что их предприятие готово понести такие расходы, 35,9 % – не готово, 33,3 % – затруднились дать ответ. Полные результаты оценки влияния барьеров на внедрение Big Data в деятельность предприятий туристской отрасли представлены на рисунке 5.



Рисунок 3 – Цели применения Big Data предприятиями тур. Отрасли (составлено автором)



Рисунок 4 – Возможности применения Big Data для повышения эффективности деятельности предприятия (составлено автором)

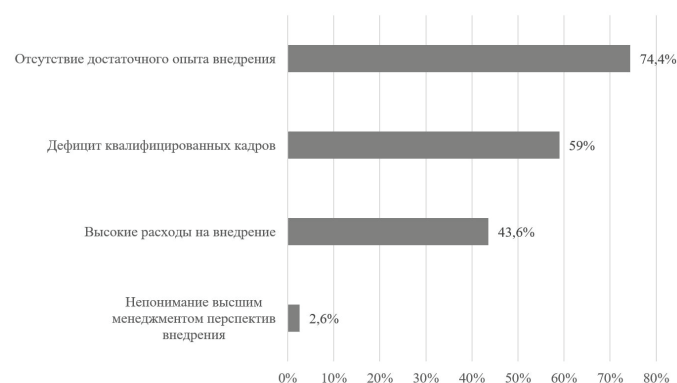


Рисунок 5 – Оценка влияния барьеров на внедрение Big Data в деятельность предприятий туристской отрасли (составлено автором)



Говоря о кадрах, также в ходе опроса эксперты оценили уровень подготовки кадров в туризме с точки зрения владения цифровыми технологиями (в том числе Big Data). В целом, по мнению экспертов, уровень подготовки кадров можно оценить, как «средний» (35,9%) и «ниже среднего» (25,6%). При этом 12,8% экспертов оценили его как «низкий», и лишь 2,6% как «высокий». Полные результаты оценки уровня подготовки кадров в туризме с точки зрения владения цифровыми технологиями (в том числе Big Data) представлены на рисунке 6.

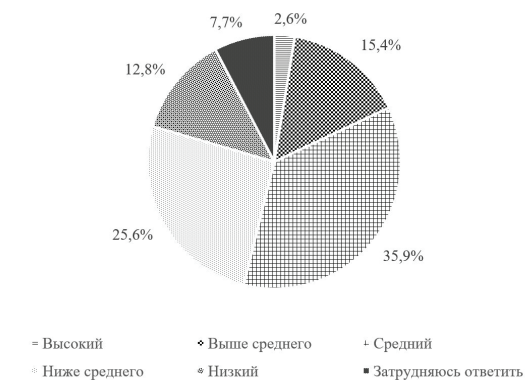


Рисунок 6 – Оценка уровня подготовки кадров в туризме с точки зрения владения цифровыми технологиями (составлено автором)

В то же время большинство экспертов с оптимизмом смотрит на перспективы технологии Big Data в туризме. Так 28,2% опрошенных экспертов считают, что Big Data в туризме имеет большие перспективы, а 46,2% видит определённые перспективы, и лишь 2,6% считают Big Data в туризме бесперспективной. Полные результаты оценки перспектив Big Data в туризме представлены на рисунке 7.



Рисунок 7 – Оценка перспектив Big Data в туризме (составлено автором)

Проведённый опрос экспертов – сотрудников предприятий туристской отрасли – помог получить оценку динамики развития ИТ за последний год (2021–2022 гг.) и применения технологии Big Data в туризме. В целом эксперты оценили их положительно. Также результаты опроса показали, что менее 30 % предприятий отрасли применяют Big Data в своей деятельности, причём преимущественно с целью управления клиентским опытом, чуть реже для получения объективной информации о ключевых трендах рынка и динамического регулирования цен. В то же время эксперты, чьи предприятия не применяют Big Data в своей деятельности, считают наиболее эффективными возможностями применения данной технологии для получения объективной информации о ключевых трендах рынка и управления клиентским опытом. Такой результат свидетельствует о том, что данные направления являются приоритетными для применения Big Data в туризме. Опрос подтвердил тезис о большом влиянии барьеров, препятствующих внедрению Big Data в работу предприятий. Так, по мнению экспертов, отсутствие достаточного опыта внедрения технологии является наиболее существенным барьером. Однако важно понимать, что накопление такого опыта невозможно без подготовленных кадров и готовности инвестировать во внедрение со стороны предприятий. При этом чуть менее трети опрошенных считают, что их предприятия готовы понести такие расходы. Что касается кадров, большинство экспертов оценили текущий уровень подготовки кадров в туризме с точки зрения владения цифровыми инструментами как средний и ниже среднего. Но вместе с тем подавляющее большинство экспертов считает Big Data перспективным направлением развития цифровых технологий в туризме. Это несмотря на барьеры даёт некоторые основания полагать, что Big Data с каждым годом всё больше будет внедряться в работу предприятий туристской отрасли.

В результате проведённого исследования был выполнен анализ источников – научных трудов и электронных ресурсов – относящихся к технологии Big Data и её применению в туристской отрасли. В результате анализа источников было дано определение понятию Big Data, выявлены возможности и преимущества, которые даёт внедрение технологии Big Data в работу предприятий, определены барьеры, препятствующие внедрению Big Data, рассмотрены практические примеры применения технологии Big Data предприятиями туризма. Далее на основе анализа источников был подготовлен и проведён опрос экспертов – сотрудников предприятий туристской отрасли. В результате проведённого опроса экспертов была дана оценка динамике развития ИТ в туристской отрасли за последний год (2021–2022 гг.) и применению Big Data в туризме, определены цели применения Big Data предприятиями отрасли и возможности эффективного



применения данной технологии, выявлены наиболее существенные барьеры на пути внедрения Big Data в работу предприятий, получена оценка уровня подготовки кадров в отрасли с точки зрения владения цифровыми технологиями и оценка перспектив Big Data в туризме.

*Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СХЦ РАН FGRW-2022-0001*

*по теме «Теоретико-методологические основы стратегического
управления инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»*

Список литературы

1. Belias D., Malik S., Rossidis I., Mantas C. The Use of Big Data in Tourism: Current Trends and Directions for Future Research // Academic Journal of Interdisciplinary Studies. – 2021. – Vol. 10. – № 5. – P. 357-364.
2. Величко Н.А., Митрейкин И.П. Технология Big Data. Анализ Рынка Big Data // Синергия наук. – 2018. – № 30. – С. 937-943.
3. Имамединова М.Р. Развитие и поддержка инновационных проектов в туризме в области реализации Big Data технологий // Высшее образование для XXI века: проблемы воспитания: доклады и материалы XIV Международной научной конференции: в 2 частях (г. Москва, 14-16 декабря 2017 г.) – М.: 2017. – С. 248-252.
4. Морозов М.М. Направления применения цифровых технологий в индустрии туризма и гостиничного бизнеса // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (г. Москва, 23 апреля 2021 г.). – М.: 2021. – С. 352-358.
5. Орлов Г.А., Красов А.В., Гельфанд А.М. Применение Big Data при анализе больших данных в компьютерных сетях // Научно-технические технологии в космических исследованиях Земли. – 2020. – Т. 12. – № 4. – С. 76-84.
6. Сергачева В.А., Додина А.С., Кутепова Г.Н. Использование Big Data в индустрии туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2019. – Т. 14. – № 1. – С. 133-139.
7. Сердюков С.Д., Романова Г.М., Сердюкова Н.К. Информационное обеспечение и продвижение туристской дестинации в условиях цифровой трансформации: монография / под науч. ред. Г.М. Романовой. – М.: Первое экономическое издательство, 2022. – 172 с.
8. Сердюков С.Д. Формирование системы информационного обеспечения продвижения туристской дестинации в условиях цифровой трансформации: дисс. ... канд. экон. наук. – Сочи. – 2021. – 187 с.
9. Шаталова В.В., Лихачевский Д.В., Казак Т.В. Большие данные: как технологии Big Data меняют нашу жизнь // Big Data and Advanced Analytics. – 2021. – № 7-1. – С. 188-192.
10. Big Data в российских ИТ: анализируем результаты опроса про большие данные – Хабр. – URL: <https://habr.com/ru/article/519100/> (дата обращения: 27.08.2022).
11. Hotel Revenue Management: Solutions, Best Practices, Revenue Manager's Role // AltexSoft. – URL: <https://www.altexsoft.com/blog/business/hotel-revenue-management-solutions-best-practices-revenue-managers-role/> (дата обращения: 28.08.2022).
12. Hotels go green with IoT, big data // asmag.com. – URL: <https://www.asmag.com/showpost/21957.aspx> (дата обращения: 28.08.2022).
13. Большие данные (Big Data) в России // TAdviser. – URL: <https://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 27.08.2022).
14. Цифровая экономика РФ [Электронный ресурс] // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 27.08.2022).

© Сердюков С.Д., 2022

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР КАК МЕНЕДЖМЕНТ-ИНСТРУМЕНТ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Серeda Н.Д.

*кандидат филологических наук,
доцент кафедры инновационного
менеджмента и управления проектами,
Вологодский государственный университет*

Важнейшим критерием эффективности деятельности в сфере туризма и гостеприимства является её способность реагировать на актуальные потребности людей – в настоящее время, к примеру, стремление к экологичному образу жизнедеятельности и т. п. Закономерно, что в России экологический туризм в современных условиях определяется как вид туризма, обладающий большим потенциалом для развития сферы в целом и для формирования atractивных туристских продуктов, отвечающим запросам людей, в частности. В связи с этим обоснованным является необходимость совершенствования менеджмента экологического туризма, основанного на кластерном подходе.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, сфера туризма и гостеприимства, экологический туризм, ООПТ, кластерный подход.

Трудно не согласиться с экспертами, утверждающими, что в настоящее время сфера туризма и гостеприимства – одна из сфер жизнедеятельности общества, потребность в продукте которой активно растёт, несмотря на сложную социально-экономическую ситуацию. Однако следует отметить динамичную и принципиальную трансформацию потребительских предпочтений и на его ассортимент, и на его качество. Современный менеджмент исходит из установки обусловленности человеческого поведения. Для того чтобы менеджмент деятельности любого уровня был эффективным, а продукт – востребованным, целесообразно постоянно обновлять представление не только о том, чего желает и что ищет человек для удовлетворения потребности, однако и о нематериальных ценностях, которыми он руководствуется в данный момент.

В современной теории сформулирован ряд подходов к характеристикам потребителей, из них существенными считаются следующие: специфика покупательского поведения; общая и ситуативная мотивация; опора на жизненные ценности человека. Представляется, что последний подход (часто недооценивающийся) не менее важен, чем мотивы финансовых возможностей, следования принципу «соотношение «цена – качество»» и т. п., и не менее продуктивен, поскольку обладает особым значением с позиции удовлетворения потребностей людей, регу-



лируя поведение в конкретных социальных условиях, определяя образ жизнедеятельности (и, значит, стиль потребления); более того – развивая программу его жизнедеятельности, конструируя образ будущего и определяя перспективы (цели, задачи, принципы, идеалы) личности.

В настоящее время исследователи называют сформированную значимыми факторами социально-экономических процессов – в первую очередь такими, как повышение уровня индустриализации, урбанизации и образования в обществе, а также пандемия COVID-19 и, как следствие, увеличение уровня усталости от темпа жизни, ежедневной рутины, изоляции, опасения за жизнь, стремление не просто к рекреации, а к осмысленным её формам, модель жизнедеятельности. Укажем на значимые для данной темы, соответствующие этой модели тренды потребительского поведения [1]:

- придание особого значения поддержке своего телесного и ментального здоровья, обеспечению безопасности, благополучия и оптимизации времени в интересах себя, семьи, своих увлечений и отдыха;
- привыкание к условиям кризиса, приспособляемость и устойчивость к внешним воздействиям; озабоченность состоянием окружающей среды; осознанное, рациональное, ответственное, экологически дружелюбное (environmentally friendly) поведение, понимаемое как личный вклад каждого, когда, удовлетворяя свои потребности, надлежит минимизировать вредоносные последствия для окружающей среды;
- наполнение жизни высоким смыслом, потребительский патриотизм; определённое снижение спроса на злободневную информацию и познавательную составляющую (обесценивание знания и информации из-за её доступности) в пользу свежих и ярких впечатлений и практического опыта, новых источников позитива, вдохновения и развития, реализация собственного творческого потенциала;
- развитие совместного потребления; возрастание уровня потребности в идентификации себя другими, желание персонифицированного предложения и уход, где возможно, от масс-маркета; умеренность, простота, удобство потребления как реакция на напряжение из-за информационного шума, сложностей обладания вещественными благами.

С большой долей вероятности можно предвидеть, что новая модель жизнедеятельности, которую зафиксировали исследователи, – жизни активной, здоровой, «зелёной» (Lifestyle of Health and Sustainability), реализующейся, в частности, в заботе об окружающем мире, отказе от избыточного потребления, безопасном, экологичном, простом и недорогом отдыхе, будет распространяться, утверждаться и развиваться. И именно туризм сегодня, как единодушно отмечают эксперты, актуализирован как

важная составляющая данной модели, предоставляющая, с одной стороны, возможность переключения, отвлечения, перезагрузки, дающая ощущение приключения, праздника, свободы, а с другой – нового опыта, самовыражения, реализации чувства ответственности перед природой, осуществления экологических практик и проектов устойчивого развития себя как личности, и своей страны, и всего мира. Для сферы туризма и гостеприимства это означает новое «окно возможностей» – активное развитие таких нишевых видов (и/или подвидов) туризма, как гастрономического, усадебного, сельского (агрономического, деревенского), приключенческого, экстремального, оздоровительного, йога-, исторического, фотографического, эзотерического, ностальгического, охотничье-рыболовного, этнографического, кантри-, экологического (природного, природоориентированного, натурального, мягкого, «зелёного»), в дикую природу, био-, сафари-, джайлоо-, ретриты и т. п., которые могут стать основой создания новых туристских продуктов внутреннего туризма, несмотря на с этим связанные трудности и проблемы.

Понятие «экологический туризм/экотуризм», несмотря на его появление ещё 40 лет назад, и в настоящее время как в профессиональной среде, так и в общественном сознании является не окончательно установленным, имеет немало вариаций. Автор данной работы в целом опирается на широко цитируемую исследователями его дефиницию, предложенную в 1983 г. на конференции Международного союза охраны природы и природных ресурсов экологом Э. Себальосом-Ласкурайном, который обозначил данный вид туризма как путешествия для изучения природы и культурных достопримечательностей и наслаждения ими, подчеркнув ответственность туристов перед окружающей средой в целом и по отношению к ненарушенным природным территориям, в частности, мягкое влияние на окружающую природную среду и необходимость её поддержки, а также обеспечение социально-экономического участия жителей в развитии этих территорий и получение преимуществ от деятельности на них, – и считает допустимым сопоставление/аналогию с природоориентированным, природным, натуральным, «зелёным» туризмом, но полагает некорректным его отождествление с сельским, агрономическим и деревенским.

Однако следует обратить внимание на существенное обновление в России нормативно-правовой базы, связанной с экологическим и близкими к нему видами туризма: введение изменений в федеральные законы РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «Об особо охраняемых природных территориях», «О развитии сельского хозяйства» и некоторых других нормативных документов,



разработку нового ФЗ «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации», а также, безусловно, принятие стратегически важного для реализации в отрасли политики импортозамещения Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Обоснование в них значения экологического туризма в развитии внутреннего и въездного туризма в стране и определение как вида туризма учитывает его направленность на ознакомление с природными и культурно-этнографическими особенностями территории и при этом содействие как сохранению целостности экологических систем, так и улучшению условий жизнедеятельности местного населения [см. выступление заместителя председателя Правительства РФ В.В. Абрамченко о создании законодательной базы регулирования и контроля деятельности на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) [2].

Важным аспектом актуализации улучшения управления экологическим туризмом закономерно является выполнение Национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства» (с тремя федеральными проектами) и «Экология» (с рядом федеральных проектов; в частности, значимым для данного аспекта нашей темы «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма», направленного на обеспечение развития особо охраняемых природных территорий и создание туристских продуктов экологического плана) в регионах страны. Заявленные государством, выступающим драйвером роста, совместные цели прорывного и динамичного развития сферы туризма и гостеприимства и действий по охране окружающей среды в стране, подкреплённые рядом проектов и госпрограмм, реализуемым по инициативе и участии Ростуризма, а также существенным финансированием, способствуют активизации действий на всех уровнях в целом и девелопмента экологического туризма, в частности.

Так, в подготовленной в 2016 г. «Стратегии социально-экономического развития Вологодской области к 2030 году» закреплена необходимость осуществления эффективной политики в сфере устойчивого развития региона, определены его направления, формы и целевые показатели. Зафиксированные в различных разделах Стратегии задачи, значимые для нашей работы, – это, например, «сохранение биологического разнообразия области и рациональное использование природных ресурсов, способствующих развитию экологического туризма»; «приоритетное развитие... экологического туризма»; «увеличение числа... маршрутов... природно-экологического туризма» [3].

Можно констатировать профессиональный уровень маркетинговой деятельности по выполнению данных задач, применяются современные

формы его продвижения и как туристской дестинации в целом, и как территории, благоприятной для экологического туризма, в частности. Укажем только на один из активной и многообразной работы в информационном пространстве пример позиционирования в значимом для автора данной работы аспекте: на портале «Открой для себя Вологодскую область!» (Туристско-информационный центр Вологодской области) можно найти достаточно подробную информацию о 42 интересных природных объектах региона, а также экскурсионных маршрутах, турах, праздниках, фестивалях экологической тематики, средствах размещения, питания, трансфера, разного рода обслуживания вне населённых пунктов (см.: <https://vologdatourinfo.ru/recreation/ekoturizm/>); на Национальном туристическом портале RUSSIA.TRAVEL представлены 26 «обязательных к посещению» (must visit) в силу их особой аттрактивности природных объектов в регионе (см.: https://russia.travel/guide/?region=10003&group=rostur_nature).

Благодаря данной деятельности и укоренённому в общественном сознании представлению об особом очаровании северной природы, а также продуктовым брендам (исторически сформировавшемуся бренду «Вологодское масло» и зонтичному бренду молочных, мясных, кондитерских продуктов питания «Настоящий Вологодский продукт», формирование которого началось в 2003 году) регион определяется потребителями как «зелёная» территория и прочно ассоциируется с описанной выше моделью Lifestyle of Health and Sustainability (несмотря на «грязный» Череповец). Они неоднократно отмечали область как территорию экологического отдыха: в 2016 и 2019 г. отдали ей предпочтение как раз в номинации «Российский экологический отдых» в конкурсе National Geographic Traveller Award, а в 2018 г. в нём же регион завоевал второе место в номинации «Экскурсионный отдых», в 2020 г. вологодское масло стало «золотым продуктом» в номинации «На всю страну» в национальном конкурсе региональных брендов продуктов «Вкусы России».

Согласно комплексной оценке «Национальный туристический рейтинг – 2021», организованной журналом «Отдых в России» совместно с Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» [здесь и далее: 4], развития туризма, туристической привлекательности всех регионов страны, их туристического потенциала и популярности среди туристов Вологодская область, как и ранее, находится во второй («Крепкие профи») группе рейтинга, в которую входят занявшие 21–69 позиции субъекты Федерации, – на 31 месте, в середине списка; однако, отметим, поднялась с 49 места в 2017 г. (2018 г. – 47 место; 2019 г. – 37 место; 2020 г. – 34 место). Показатели рейтинга следующие: уровень развития туротрасли и инфраструктуры средств размещения; рентабельность сферы туризма и гостеприимства, её



вклад в экономику региона; развитие санаторно-курортной отрасли в нём; популярность у прибывающих на несколько дней; признание у иностранцев; туристская привлекательность и уникальность; уровень преступности в регионе; интерес к нему в Интернете как к месту отдыха; продвижение турпотенциала в информационном пространстве.

Результаты исследования репрезентативны, поскольку основываются на анализе данных Федеральной службы государственной статистики, поисковой системе «Яндекс» по ключевым словам «Отдых в... [наименование региона], информации из средств массовой информации, базируются на комментариях, мнении и оценках представителей экспертного сообщества из государственных и муниципальных органов, высших учебных заведений, научных учреждений федерального и регионального уровней, а также представителей сферы туризма и гостеприимства и специалистов медиагруппы «Отдых в России».

Итак, в настоящее время в целом эффективно развивающаяся сфера туризма и гостеприимства Вологодской области, как и многих других регионов, находится в ситуации напряжённой и объективно усиливающейся конкуренции за туриста с другими регионами страны, что требует совершенствования на основе инновационного подхода. Думается, что это делает необходимым, продолжая девелопмент сферы туризма и гостеприимства в целом, чётко определить наиболее перспективные её точки роста, поскольку эффективность деятельности здесь зависит от совокупности её составляющих: и поддержки высокого уровня аттрактивности и качества туристского продукта во всех его компонентах, и создания отвечающей запросам потребителей туристской инфраструктуры, и гарантирования доступности, безопасности и других условий предоставления туристских услуг, и активного применения современных форм, видов, технологий, каналов продвижения..., однако в первую очередь – от инновационного менеджмента, который всё это сможет обеспечить.

На наш взгляд, одной из таких точек роста в Вологодской области может и должен стать экологический туризм, в первую очередь – на особо охраняемых природных территориях, и его менеджмент на основе инноваций. Этому мнению соответствуют и актуальные предпочтения потребителей, и закрепившийся в общественном сознании образ региона как отвечающего задачам экологического отдыха, и разнообразные, в том числе неповторимые и редкие, природные ресурсы, в частности, на ООПТ (в настоящее время в области 201 территория различных охранных статусов: две федерального значения, 181 регионального, 18 местного, это более 900 тыс. гектаров – 6,5 % её площади [5]), и обновлённая на федеральном уровне законодательная база для прорывного и динамичного развития как сферы туризма и гостеприимства, так и ООПТ.

Отметим также наличие исключительно важной возможности получения поддержки инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства, которое предоставляют регионам образованные в целях развития внутреннего и въездного туризма АО «Корпорация Туризм.РФ» (<https://xn--glabnnjg.xn--plai/>) и, в отдельном сегменте «Поддержка проектов развития внутреннего туризма», АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (<https://asi.ru/leaders/initiatives/tourism/>). Она направлена на стимулирование инвестиционной и спонсорской деятельности в регионах, формирование условий для поощрения предпринимательских инициатив, оказание информационной, финансовой, методической и технологической помощи в различных формах по производству программ и проектов организации туристско-рекреационных кластеров, мастер-планов территорий, развитие механизмов государственно-частного партнерства и обеспечение партнерских отношений с инвесторами и спонсорами, заинтересованными в создании и модернизации туристской инфраструктуры и др.; на этих площадках осуществляется также обмен опытом по развитию видов туризма, продвижению дестинаций и т. п.

Указанные обстоятельства подкрепляют и данные ряда привлечённых и проведённых количественных и качественных исследований: так, в частности, результаты изучения потребителей услуг сельского туризма в России «Сельский туризм как драйвер развития» АНО «Агентство развития сельских инициатив» совместно с Центром Pro-Research [6], анкетирования целевых аудиторий на Межрегиональной выставке туристского сервиса и технологий гостеприимства «Ворота Севера» (г. Вологда) и экспертного интервьюирования специалистов сферы туризма и гостеприимства Вологодской области [7].

Представляется, что действенным инструментом совершенствования менеджмента экологического туризма на особо охраняемых природных территориях региона в интересах разработки конкурентоспособных туристских продуктов и плодотворного осуществления Национальных проектов резонно считать организацию туристского экологического кластера (или субкластера в рамках общего туристско-рекреационного кластера) – созданному, согласно типологии туристско-рекреационных кластеров, по характеру преобладающего аттрактора, целям туристов и виду туризма [8]. Кластерный подход не нуждается в доказательствах целесообразности для решения задач развития любого уровня и типа, поскольку давно теоретически обоснован и практически верифицирован. Кластеры (в частности, туристско-рекреационные) подтвердили рациональность использования также в качестве менеджмент-инструмента территориального деvelopeмента. И значимым фактором является, что и другие регионы, и Вологодская область имеют опыт их формирования.



На наш взгляд [7], именно данный менеджмент-инструмент – экологический кластер – чётко акцептирует в регионе развитие как сферы туризма и гостеприимства во всей полноте, так и особо охраняемых природных территорий, именно он гарантирует новое качество экологического туризма к благу и туристов с их актуальными запросами и желаниями, и ООПТ с их ключевыми требованиями ухода, сбережения биологического и ландшафтного богатства, охраны и защиты. Экологический кластер в силу координации усилий, взаимодействия, сотрудничества, согласованности программ поддержки его участников, повышения уровней их предпринимательской и инвестиционной активности и инициативы, обеспечит минимизацию рисков дублирования процессов и возможного недостаточно строгого контроля освоения ООПТ (о чём беспокоятся «зелёные» активисты). Особо подчеркнём несомненный синергетический эффект реализации экологического кластера, который будет способствовать эффективному выполнению общих целей Национальных проектов «Туризм и индустрия гостеприимства» и «Экология» и предоставит региону конкурентные преимущества на туристском рынке.

Список литературы

1. По аналитическим материалам: Ipsos Group: официальный сайт. – URL: Get-Investor: официальный сайт. – URL: <https://get-investor.ru/analytics>; Global Web Index: официальный сайт. – URL: <https://www.gwi.com/connecting-the-dots>; Growth from Knowledge: официальный сайт. – URL: <https://www.gfk.com/ru/insights> (дата обращения: 01.08.2022).
2. Экологический туризм в России вводится в правовое поле // Региональная Россия: публицистическое издание о жизни регионов. – URL: <https://regruss.ru/jekologicheskij-turizm-v-rossii-vvoditsja-v-pravovoe-pole/> (дата обращения: 01.08.2022).
3. Стратегия социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 г. – URL: <https://vologda-oblast.ru/upload/iblock/7d5/Действующая%20Стратегия.pdf> (дата обращения: 01.08.2022).
4. Спецпроект «Национальный туристический рейтинг – 2021» // Центр информационных коммуникаций «Рейтинг»: официальный сайт. – URL: <https://russia-rating.ru/info/20156.html> (дата обращения: 01.08.2022).
5. Особо охраняемые природные территории Вологодской области // Официальный интернет-портал правовой информации Вологодской области. – URL: https://pravo.gov35.ru/gov_piipravprosvgrazhdan/pravovoe-informirovanie-i-pravovoe-prosveshchenie-grazhdan/osobo-okhranyaemye-prirodnye-territorii-oblastnogo-znacheniya-vologodskoy-oblasti/index.php (дата обращения: 01.08.2022).
6. Лебедева И.В., Копылова С.Л., Лебедева Т.А. Исследование потребителей услуг сельского туризма в России: аналитический отчёт / М.: АНО «Агентство развития сельских инициатив», 2021. – 39 с.
7. Середа Н.Д. Организация экологического туризма в современных условиях // География и туризм/Geography and Tourism: научный журнал. – 2021. – № 2. – С. 81-89.
8. Морозова Л.С., Большаков А.И. Классификация приграничных кластеров // Сервис в России и за рубежом: сетевой научный журнал. – 2012. – № 11(38). – С. 33-40. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-prigranichnyh-klasterov.pdf> (дата обращения: 30.07.2022).

© Середа Н.Д., 2022

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ ОНКОЛОГИЧЕСКИМИ, ГЕМАТОЛОГИЧЕСКИМИ И ИММУННЫМИ ПАТОЛОГИЯМИ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Сизов А.А.

кандидат юридических наук,

*доцент кафедры общественного здоровья и здравоохранения,
Курский государственный медицинский университет Минздрава России*

Рукавицын В.Р.

студент,

Курский государственный медицинский университет Минздрава России

Рассмотрены значение сохранения здоровья детей для государства, важность лечения и профилактики онкологических, гематологических и иммунологических заболеваний у детей, проведён анализ многолетней заболеваемости детей Курской области по данным нозологическим группам, предложены меры по ее снижению.

Ключевые слова: Курская область, детская онкология-гематология, детская иммунология, национальный проект «Здравоохранение».

Процесс исторического развития любого государства сопряжён с повышением качества социальной защиты населения. Данные процессы обусловлены развитием образования, здравоохранения, инфраструктуры населённых пунктов. Кроме этого, сохранение здоровья граждан позволяет развивать экономику и поддерживать обороноспособность страны, то есть является задачей национальной важности. В России право на охрану здоровья и медицинскую помощь закреплено в Конституции [1, с. 41].

Особенно важно сохранение здоровья детей. Во-первых, ребенок не может следить за сохранением своего здоровья сам, в отличие от взрослых пациентов. Во-вторых, профилактика возникновения и прогрессирования патологии у детей позволяет уменьшить вероятность возникновения серьёзных проблем со здоровьем во взрослой жизни, сохранить здоровье населения страны в будущем и уменьшить расходы на здравоохранение. Именно поэтому в Российской Федерации материнство и детство находятся под защитой государства (ст. 38 Конституции РФ [1]), а одним из принципов здравоохранения является приоритет охраны здоровья детей [2, с. 7].

В настоящее время в России продолжает сохраняться неблагоприятная демографическая обстановка, сложившаяся в 1990-е годы. Старение населения, снижение рождаемости и увеличение заболеваемости по различным

нозологическим группам являются угрозой национальной безопасности. Для решения данных проблем в 2018 г. Президент России В.В. Путин подписал «Майские указы», согласно которым была начата реализация ряда национальных проектов, в том числе «Здравоохранение» и «Демография». В состав национального проекта «Здравоохранение» вошли федеральные проекты «Борьба с онкологическими заболеваниями» и «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям».

Гематологическая и иммунная патология – тяжёлые, зачастую приводящие к летальному исходу или глубокой инвалидизации; по уровню значимости для общественного здравоохранения данная нозологическая группа может быть поставлена в один ряд с онкологическими заболеваниями. Иммунологическая патология может развиваться как результат терапии онкологических заболеваний и провоцироваться (наряду с новообразованиями) неблагоприятным состоянием окружающей среды (что особенно опасно для организма ребенка с несовершенными механизмами поддержания гомеостаза); этот факт отражает особое значение безопасной окружающей среды (национальный проект «Экология»). Именно поэтому онкологические, гематологические и иммунологические заболевания рационально рассматривать вместе как в научном, так и в организационном контексте (по подобному принципу организован, например, Национальный медицинский исследовательский центр детской гематологии, онкологии и иммунологии имени Дмитрия Рогачёва).

Заболеваемость детской онкологией в Курской области изучена недостаточно, с 2010 г. статьи о данной проблеме не публиковались [6], следовательно, тема исследования продолжает оставаться актуальной.

Материалами исследования служили данные государственных докладов «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Курской области» за 2008–2021 гг. [3]. Статистическая обработка данных проводилась с помощью пакета программного обеспечения Microsoft Office Excel 2007. Для выравнивания рядов динамики применялся метод простой скользящей средней [7]. Определение наличия тренда осуществлялось методом Фостера-Стьюарта [7] (рис. 1).

При анализе выровненного ряда динамики заболеваемости новообразованиями детского населения Курской области в исследуемый период обнаружена тенденция к росту в 2004–2011 гг. ($p < 0,01$ для тенденций дисперсии и тренда). В 2011–2020 гг., несмотря на наличие видимой тенденции к снижению заболеваемости, обнаружена статистически значимая тенденция дисперсии ($p < 0,05$) и статистически незначимая тенденция тренда ($p < 0,1$). Кроме того, в 2020 г. из-за пандемии COVID-2019 ухудшились условия оказания медицинской помощи пациентам с другими



патологиями, что может свидетельствовать о наличии значительного числа не диагностируемых случаев. Таким образом, говорить о снижении детской заболеваемости онкологической патологией в Курской области пока преждевременно, необходимо тщательное обследование детей на данную патологию и онкологическая настороженность врачей-педиатров (рис. 2).

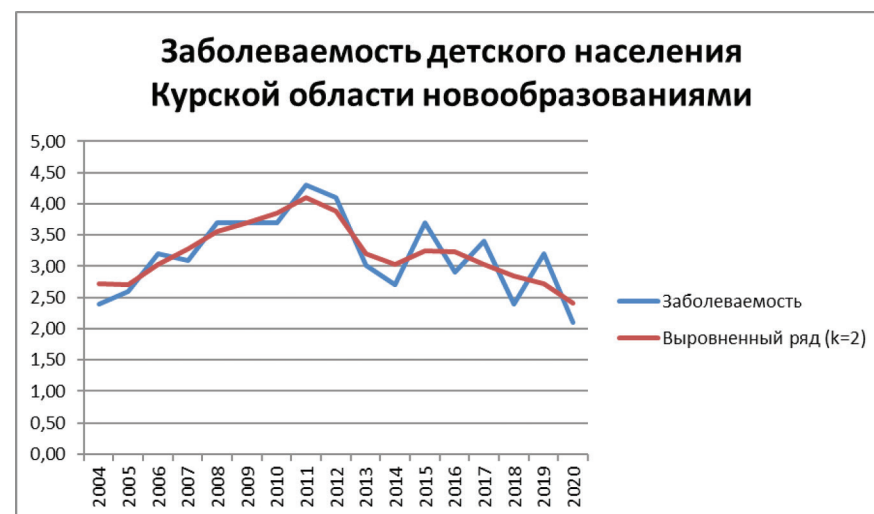


Рисунок 1 – Заболеваемость детского населения Курской области новообразованиями в 2004–2020 гг.

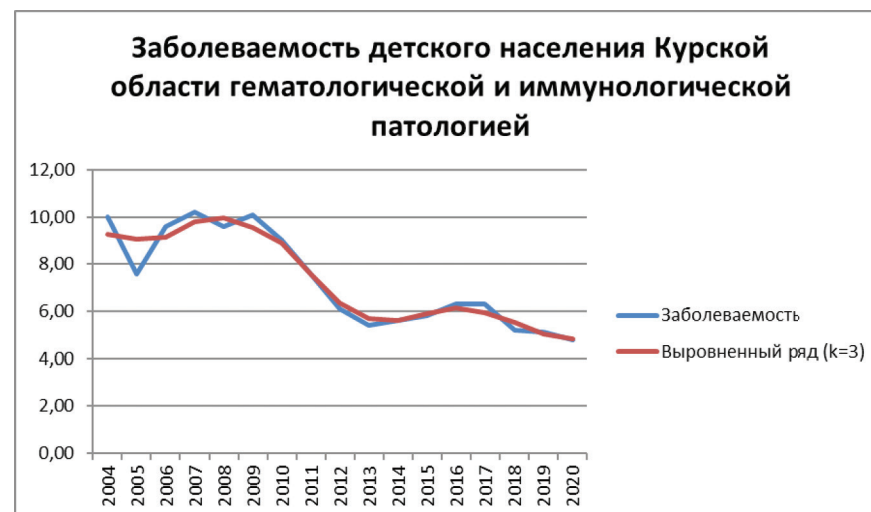


Рисунок 2 – Заболеваемость детского населения Курской области гематологической и иммунологической патологией в 2004–2021 гг.

При анализе выровненного ряда динамики заболеваемости гематологической и иммунологической патологией детского населения Курской области в исследуемый период обнаружена статистически значимая тенденция к постепенному снижению заболеваемости ($p < 0,01$ для тенденции дисперсии и $p < 0,05$ для тенденции тренда). Кроме выраженной тенденции к снижению, выявлена цикличность колебаний в выровненном ряду, однако имеющихся данных недостаточно для окончательных выводов о наличии циклического компонента.

Важную роль в обеспечении реализации национального проекта «Здравоохранение» играет подготовка квалифицированных врачей, способных диагностировать патологию на ранних стадиях, в учреждениях медицинского образования (в нашем регионе – Курский государственный медицинский университет). Для решения данной задачи необходимо слаженная работа всего коллектива сотрудников университета, и в первую очередь – ректора. Профессор Виктор Анатольевич Лазаренко, доктор медицинских наук, в молодости работал детским хирургом [8], возможно, этот факт также играет значительную роль в особом внимании администрации КГМУ к развитию педиатрического факультета.

Для успешного сохранения здоровья детского населения необходим труд как врачей, так и среднего младшего медицинского персонала. Медицинская сестра постоянно контактирует с пациентом, и от её грамотных действий зависит выздоровление больного. Именно поэтому особую важность Федеральные проект «Молодые профессионалы». Обучение медицинских сестер в Курской области осуществляют Курский базовый медицинский колледж и Медико-фармацевтический колледж КГМУ.

Как правило, дети, перенесшие онкологические, гематологические и иммунологические заболевания, нуждаются в специализированном санаторно-курортном лечении [4]. Для решения этой задачи необходимо плотное взаимодействие национальных проектов «Здравоохранение» и «Туризм», заключающееся в изучении наиболее благоприятных для реабилитации детей климатов и создании сети специализированных санаториев (ведь, например, для реабилитации ребенка с иммунодефицитным состоянием нужны условия, принципиально отличающиеся от стандартных санаторно-курортных учреждений).

Таким образом, оказание медицинской помощи детям с онкологическими, гематологическими и иммунологическими заболеваниями является делом государственной важности. В результате исследования обнаружена тенденция к сохранению уровня заболеваемости новообразованиями у детей в Курской области во втором десятилетии XXI века и снижению заболеваемости гематологической и иммунологической патологией за исследуемый период. С нашей точки зрения необходимо создание в

КГМУ и других медицинских университетах дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Онкологическая настороженность в педиатрии» (для врачей по специальности «Педиатрия», «Детская хирургия») по образцу программы «Основы общей онкологической настороженности для врачей первичного звена» (для врачей по специальности «Терапия», «Врач общей практики», «Хирургия», «Урология», «Акушерство и гинекология») [5], а также дальнейшее развитие санаторно-курортной реабилитации.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: Федер. закон Рос. Федерации от 21.11.2011 № 323-ФЗ (последняя редакция). – URL: https://kurskmed.com/departament/continuing_medical_education/section/ (дата обращения: 11.09.2022).
3. О санитарно-эпидемиологической обстановке в Курской области: Государственные доклады за 2008–2021 гг.
4. Иванова С.В., Дмитриева О.М., Кулева С.А. Медико-социальная реабилитация детей, излеченных от онкологических заболеваний // Онкопедиатрия. – 2014. – № 2. – С. 37–41.
5. Непрерывное медицинское образование. Дополнительные профессиональные программы повышения квалификации непрерывного дополнительного профессионального образования [Электронный ресурс]. – URL: <https://tmapo.ru/obrazovatelnye-programmy/> (дата обращения: 11.09.2022).
6. Скоробогатых Ю.С., Куденцова Г.В. Эпидемиология злокачественных новообразований у детей и состояние онкопедиатрической помощи в Курской области // Вестник Санкт-Петербургского университета. Медицина. – 2010. – № 4. – С. 110–115.
7. Тарасова С.А. Статистические методы прогнозирования в медицине [Электронный ресурс]: мультимедийное учеб. пособие. – Курск: гос. мед. ун-т, каф. физика, информатики и математики. – Электрон. дан. – Курск: КГМУ, 2015. – 1 эл. опт. диск. – Систем. требования: Adobe Flash Player 10.3 r183. – Загл. с контейнера. – № гос. регистрации 0321501656 : Б. ц.
8. Университет. Администрация КГМУ. Ректор [Электронный ресурс]. – URL: https://kurskmed.com/struct/UNIVERSITY/Administration_KSMU/Rector (дата обращения 11.09.2022).

© Сизов А. А., Рукавицын В. Р., 2020

УДК 332.1:338.48

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ СО СРЕДНИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РАМКАХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

*Скворцова М. А.
аспирант 3 курса,*

Ростовский государственный экономический университет

В последние годы туристская отрасль подвергалась серьёзному негативному влиянию со стороны как социально-экономических, так и геополитических факторов. Череда экономических кризисов, военно-политических конфликтов, и конечно же пандемия, оказали тормозящее воздействие на развитие



туриндустрии. Однако в настоящее время перед нашей страной стоит серьёзная задача по наращиванию объёмов внутреннего туризма ввиду политической и экономической изоляции России. В настоящей статье предложены возможные направления развития системы подготовки кадров для туриндустрии в рамках федеральных и национальных проектов.

Ключевые слова: туристская отрасль, национальный проект, федеральный проект, учебный кластер, партнёрское соглашение.

В части подготовки специалистов для индустрии туризма сегодня в Российской Федерации сформирована современная модель профессионального туристского образования на основе многоуровневой, территориально распределённой системы непрерывной подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Важность обеспечения туристской отрасли кадрами исходя из стратегий социально-экономического развития регионов с учётом показателей нацпроектов, включая интеграцию с системой среднего профессионального образования неоднократно отмечалась [1, с. 106–118].

По данным федерального статистического наблюдения № СПО-1 за 2021 г. профессии и специальности среднего профессионального образования укрупнённой группы «Сервис и туризм» реализуют 1 378 профессиональных образовательных организаций, 179 филиалов профессиональных образовательных организаций, 104 образовательные организации высшего образования и 45 филиалов образовательных организаций высшего образования, в которых обучается более 270 тыс. студентов. При этом на рынок труда ежегодно выходит около 50 тыс. выпускников. По данным мониторинга профессиональной и иной деятельности граждан Роструда на IV квартал 2021 г. уровень занятости, завершивших обучение по программам среднего профессионального образования укрупнённой группы «Сервис и туризм», осуществлявших трудовую, предпринимательскую деятельность, деятельность в форме самозанятости в год выпуска и год, следующий за ним, в общей численности выпускников за вычетом продолживших обучение составил по 2020 г. выпуска 73,2 %, по 2021 г. выпуска – 55,5 %.

В целях исполнения Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» разработан и утверждён паспорт национального проекта «Образование», включающий федеральный проект «Молодые профессионалы (Повышение конкурентоспособности профессионального образования)». В рамках реализации нацпроекта запланировано открытие до 2024 г. в каждом

регионе не менее одного центра опережающей профессиональной подготовки (всего 100 ЦОПП), а также оснащение современным оборудованием не менее пяти тысяч мастерских в колледжах.

В рамках реализации мероприятия по предоставлению грантов на финансовое обеспечение мероприятий для оснащения современной материально-технической базой колледжей по компетенции «Туризм»:

– в 2019 г. было открыто 10 мастерских в 10 образовательных организаций в 9 субъектах Российской Федерации с объёмом финансирования 68,4 млн руб.;

– в 2020 г. было открыто 7 мастерских в 7 образовательных организаций в 6 субъектах Российской Федерации на сумму 89,7 млн руб.;

– в 2021 г. было открыто 7 мастерских в 7 образовательных организаций в 7 субъекте Российской Федерации на сумму 78,4 млн руб.;

– в 2022 г. планируется открытие еще 3 мастерских в 3 образовательных организаций в 3 регионах страны.

С 2022 г. реализуется федеральный проект «Профессионалитет», предусматривающий комплексную модернизацию системы среднего профессионального образования под запросы предприятий, относящихся к наиболее приоритетным отраслям экономики страны. В рамках федерального проекта создаются образовательно-производственные кластеры на основе партнерства предприятий и образовательных учреждений. При этом право получения федеральной грантовой поддержки развития таких кластеров имеют только те проекты, которые предусматривают софинансирование со стороны работодателей – представителей соответствующей отрасли экономики.

В настоящее время получатели грантов на 2022 г. и 2023 г. определены. Результаты отборов показали, что заявки на создание кластеров по туристской отрасли не могут конкурировать с такими капиталоемкими отраслями как металлургия, машиностроение, транспортная отрасль, в связи с низким уровнем софинансирования со стороны работодателей.

При этом туристская отрасль является одной из приоритетных отраслей для развития российской экономики, особенно с учётом текущей геополитической ситуации и острой необходимости развития нашего внутреннего туризма.

Действующие федеральные проекты национального проекта «Образование» не способны оперативно решить проблему подготовки кадров для туристской области в масштабах всей страны, поскольку не учитывают интересы представителей туристской индустрии [2, с. 102-107] и ориентированы главным образом на развитие международного чемпионатного движения профессионального мастерства Ворлдскиллс Интернешнл, членство России в котором в 2022 г. было приостановлено.



Соответственно возникает вопрос, каким же образом в текущих условиях выстраивать систему подготовки кадров со средним профессиональным образованием для индустрии туризма и гостеприимства.

В качестве решения данной проблемы предлагается создание нового формата образовательных кластеров СПО в рамках Профессионалитета, но без обязательного финансового участия со стороны предприятий. Основными заказчиками кадров в данных кластерах станут консорциумы и союзы работодателей, в том числе представители малого и среднего предпринимательства.

Включение отрасли «Туризм» в ФП «Профессионалитет» сможет удовлетворить запрос отрасли в части подготовки кадров и повышения инвестиционной привлекательности туризма, которые являются инструментами реализации мероприятий Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р (далее – Стратегия).

В настоящее время делается уклон на внутренний туризм, разрабатываются туристические бренды регионов.

В Стратегии определены приоритетные виды туризма для Российской Федерации: детский, культурно-познавательный, горнолыжный, экологический, деловой и круизный (можно ещё рассмотреть инклюзивный). Исходя из специфики каждого из перечисленных видов туризма, можно определить регионы, обладающие соответствующими туристскими ресурсами, а это значит, что география Профессионалитета может быть значительно расширена.

Детский: г. Москва, Краснодарский край, Свердловская область, Нижегородская область, г. Санкт-Петербург, Тюменская область, Ульяновская область.

Горнолыжный: Краснодарский край, Мурманская область, Кемеровская область, Республика Алтай, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Дагестан, Чеченская Республика, Свердловская область, Пермский край.

Культурно-познавательный: г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Владимирская область, Нижегородская область, Новгородская область, Костромская область, Ярославская область, Волгоградская область, Архангельская область, Красноярский край, Иркутская область.

Экологический: Алтайский край, Камчатский край, Республика Бурятия, Республика Карелия, Калининградская область, Иркутская область, Мурманская область.

Деловой: г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Свердловская область, Республика Татарстан, Краснодарский край, Приморский край.

Круизный: Нижегородская область, Ростовская область, Волгоградская область, Республика Татарстан, г. Санкт-Петербург.

Кроме того, в настоящее время набирает популярность промышленный туризм.

Также туризм охватывает большой спектр профессий и специальностей, необходимых для обеспечения всех составляющих отрасли.

Однако несмотря на увеличивающийся спрос на рабочую силу со стороны представителей туристской индустрии указанных регионов, остаётся неясной модель создания учебных кластеров туристской направленности и механизм привлечения в них представителей бизнес-сообщества. Кроме того, уже стало понятным, что представители туриндустрии в виду нестабильности геополитической и экономической ситуации не готовы к долгосрочным инвестициям в кадры и предпочитают закрывать кадровую потребность по принципу «здесь и сейчас».

Вместе с тем выход отечественного туризма на новый уровень без соответствующих квалифицированных кадров не представляется возможным, поскольку уровень сервиса в данной сфере зачастую является ключевым фактором, влияющим на потребительские предпочтения.

При этом профессиональные образовательные организации, готовящие кадры для данной сферы, также являются достаточно инертными и не способными самостоятельно «догнать» стремительно меняющиеся тенденции рынка туристских услуг.

Решение указанных проблем возможно только путём организации партнерских связей между представителями туристской отрасли и колледжами. Также необходимо отметить большое значение международного сотрудничества при подготовке кадров в сфере сервиса и туризма.

Кроме того, как уже было сказано выше кадры для туристской отрасли представлены большим спектром разноплановых профессий и специальностей: от поваров до непосредственно персонала, занимающегося обслуживанием гостиниц.

Представляется, что учебный кластер должен формироваться следующим образом.

Во-первых, решение о создании кластера должно приниматься на уровне субъекта РФ, с учётом видов туризма, преобладающих на территории того или иного региона. При принятии такого решения в обязательном порядке необходимо учитывать позиции органов власти в сфере экономики и труда.

Во-вторых, такой кластер должен объединять все образовательные организации СПО, занимающиеся подготовкой кадров для туризма данного региона.



В-третьих, привлечение организаций сферы туризма не должно предполагать обязательное софинансирование проекта. Участие в кластере может заключаться в контроле качества подготовки, участия в разработке образовательных программ, экспертизе оборудования для организации образовательного процесса, предоставления возможности для стажировки студентов, особенно в «высокий» сезон.

Поскольку прочность организационных связей определяется степенью их формализации и институционализации [3, с. 78-91], отношения сторон в рассматриваемом случае могут быть зафиксированы в трёхстороннем партнерском соглашении, определяющем их права и обязанности.

В целях организации решения текущих вопросов, а также координации действий участников кластера предлагается создавать на основании таких партнёрских соглашений управляющие компании кластеров. Главная их цель выражается в обеспечении участниками кластера соблюдения программы деятельности, а также эффективного использования инфраструктуры кластера [4, с. 86-104].

Формирование такого объединения без образования юридического лица на территории региона способно оказать позитивное влияние не только на качество кадров туристской отрасли, но и на привлекательность региона для туристов. Достоинства кластерного подхода при организации пространственного развития территорий туристических регионов исследовался и апробировался на практике и уже доказал свою эффективность в целях обеспечения устойчивого развития экономики регионов [5, с. 164-168].

Реализация проекта «Профессионалитет» показала, что предприятия – участники проекта получают дополнительную информационную поддержку со стороны государственных структур. Популяризация самого федерального проекта неизбежно приводит к повышению репутационного бренда его участников и может рассматриваться в качестве сокращения расходов на рекламу и продвижение туристского продукта на рынке.

Кроме того, проект предусматривает выделение значительных объёмов федерального финансирования для колледжей участников кластера, что позволяет обеспечить соответствие условий образовательного процесса условиям труда на реальном рабочем месте.

Ещё одним позитивным моментом такого взаимодействия может служить то, что регионы, участвующие в проекте, периодически становятся площадками проведения мероприятий для кластеров (форумов, конференций). Соответственно, это дополнительно обеспечивает приток туристов в регионы.

Таким образом, включение туристской отрасли в федеральный проект «Профессионалитет» является крайне актуальным в текущих социально-экономических и геополитических условиях и способно позитивно

отразиться не только на качестве подготовки кадров, но и на качестве сервиса на туристических объектах, а также на привлекательности для туристов самого региона, участвующего в проекте.

Список литературы

1. Масленникова О.А. Формирование организационно-экономического механизма кадрового обеспечения сферы туризма в условиях цифровизации экономики // Учёные записки Международного банковского института. – 2021. – № 2. – С. 106-118.
2. Гордеева Е.В., Сладкович Ю.Я. Актуальные проблемы профессионального образования в сфере туризма и индустрии гостеприимства // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 4 (86). – С. 102-107.
3. Кузьминов А.Н., Тяглов С.Г., Архипова Л.С., Седова Н.В. Интегративная модель конструирования образовательной системы как инструмента обеспечения сбалансированности трансформирующегося рынка труда // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2020. – Т. 17. – № 4(112). – С. 78-91.
4. Скворцова М.А., Неумывакин В.С. Формирование образовательно-производственных кластеров в системе среднего профессионального образования как инструмент реализации региональной экономической политики // Journal of economic regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2021. – Т. 12. – № 3. – С. 86-104.
5. Салгириев Р.Р., Хубулова В.В., Шахгираев И.У. Кластерный подход к пространственному становлению туризма как основного полюса устойчивого развития социально-экономической системы в регионе // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4(48). – С. 164-168.

© Скворцова М.А., 2022

УДК 332.1

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ЗЕЛЁНОГО ТУРИЗМА

Слепченко В.А.

*аспирант, младший научный сотрудник
лаборатории экономических исследований
ФИЦ СНИЦ РАН*

Развитие зелёного туризма в регионе определяется наличием специфических ресурсов, оценка которых является источником принятия решения о наличии возможности реализации туристской деятельности, основанной на принципиально отличных от традиционных форм и способов предоставления туристских услуг и моделях поведения путешественников. В контексте современных глобальных вызовов, затрагивающих вопросы экологии, санитарно-эпидемиологической ситуации и изменения потребительской мотивации, оценка ресурсов и перспектив развития зелёных форм туризма может стать источником перехода к концептуально новой модели реализации туристской деятельности.

Ключевые слова: туризм, зелёный туризм, ресурс, экология, технологии.

Зелёный туризм на сегодняшний день получает активное развитие в Европейских странах, принявших зелёную повестку и проводящих до недавнего времени переход к зелёной модели социально-экономического развития. Суть зелёной идеологии многими соотечественниками недооценивается и понимается весьма в узком формате, поэтому скорость её трансляции в сферу туристско-экскурсионной деятельности проходит медленно. Существенным достижением можно считать введение в туристский оборот таких видов туризма как экологический и сельский. Отталкиваясь от положения о том, что зелёный туризм представляет собой их сочетание, можно выразить предположение о существовании возможности его самостоятельного позиционирования на рынке в будущем.

В основе создания продукта зелёного туризма лежит ресурсное обеспечение, включающее в себя сочетание:

- природных ресурсов (климат, водные ресурсы, минеральные источники, рельеф, флора и фауна туристского региона, заповедники, уникальные природные объекты и пр.);
- культурно-исторические (музеи, театры, выставки, археологические, исторические, архитектурные памятники, фольклор, народные промыслы, кулинария местных народов и т. п.);
- социально-экономические (транспортная инфраструктура, экономико-географическое положение, уровень экономического развития, трудовые ресурсы, инвестиционная привлекательность региона и т. д.).

Обязательным условием процесса создания зелёного турпродукта является использование зелёных технологий в сфере производства электроэнергии, включение в процесс перевозки туристов экологически чистых видов транспорта, производство и потребление продуктов питания, соответствующих высоким стандартам экологичности и другие. Отличительной особенностью можно назвать и то, что потребитель зелёного туристского продукта в своём поведении опирается на определённые личностные установки, согласно которым негативное воздействие на окружающую среду от жизнедеятельности туриста должно быть сведено к минимуму. В этой связи ресурсы, потребляемые в процессе путешествия категорией осознанных туристов, должны обладать зелёными признаками и служить фактором привлечения их внимания к этому продукту.

Отталкиваясь от определения зелёного туризма, который многими авторами рассматривается в качестве разновидности экологического туризма и трактуется в качестве одной из форм устойчивого путешествия, обеспечивающего поддержку местной окружающей среды, можно сгруппировать ресурсы, необходимые для производства туристского продукта зелёного туризма в две группы с уточнением требований к их качественным характеристикам:

- ресурсы развития туризма, необходимые для осуществления туристской деятельности (унифицированные, типичные ресурсы развития

туризма), производимые с соблюдением зелёных принципов и принципов экологичности;

– специфические ресурсы развития зелёного туризма (специализированные, профильные ресурсы), позволяющие реализовать его сельскохозяйственную и экологическую компоненту.

Ядром туристского продукта зелёного туризма выступают транспортные услуги, услуги проживания, питания, экскурсионные услуги, развлечения и т. п. Каждый вид этих услуг сопряжён с потреблением тех или иных ресурсов (рис. 1).

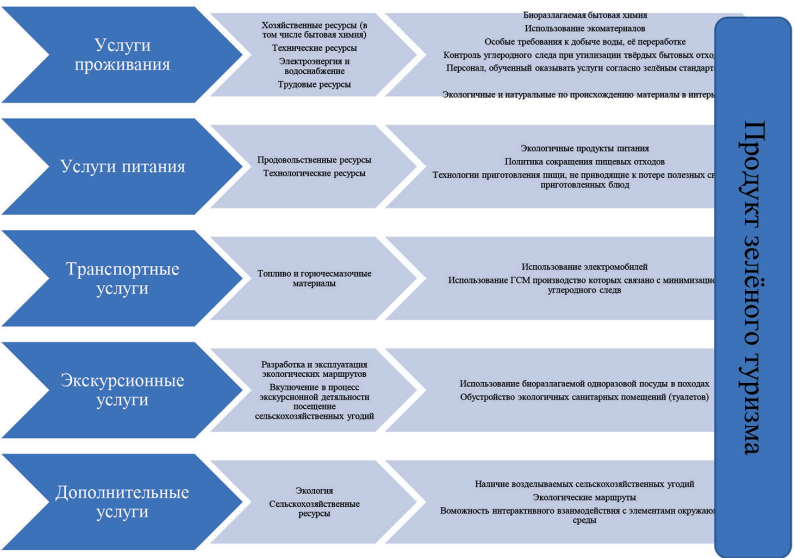


Рисунок 1 – Ресурсы производства продукта зелёного туризма

Таким образом, потенциал региона для создания продукта зелёного туризма будет определяться соблюдением некоторых принципиальных условий:

– наличие материально-технической базы туристских предприятий, соответствующих зелёным параметрам (здания гостиниц и прочих средств размещения должны быть построены из натуральных и экологически чистых материалов: дерево, натуральный камень) или наличие возможности привлекать инвестиции в создание новых объектов туристской индустрии на основе реализации зелёных принципов;

– производство экологически чистых продуктов питания в регионе или на базе земельных угодий, входящих в хозяйственный комплекс объектов туристского размещения;

– региональная практика получения электроэнергии с использованием солнечных батарей, ветровых электростанций;



– региональная система подготовки кадров, компетентных в вопросах экологии и понимающих специфику предоставления туристских услуг согласно зелёным принципам;

– наличие в регионе свободных земель сельхозназначения, которые можно включить в туристский оборот;

– поддержка региональной и местной власти коммерческих предприятий, создающих и продвигающих продукт зелёного туризма.

Данные условия в той или иной мере соблюдаются в Краснодарском, Ставропольском крае, Республике Крым. Следует полагать, что в будущем именно эти регионы станут драйверами развития зелёного туризма в России, демонстрируя высокий потенциал данного вида социально-экономической деятельности в регионе.

Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СМЦ РАН FGRW-2022-0001 по теме
«Теоретико-методологические основы стратегического управления
инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»

Список литературы

1. Войнова Я.А. Текущее состояние курортно-туристского комплекса Краснодарского края и оценка перспектив его развития // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 1. – С. 9-16.
2. Мишулина С.И., Молчанова В.А. Зелёные кластеры как инструмент экологизации туризма // Регион: Экономика и Социология. – 2022. – № 2(114). – С. 179-205.

© Слепченко В.А.

УДК 338.486

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПРЕСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Солдаткина О.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления персоналом, сервиса и туризма,
Оренбургский государственный университет

Федотова А.Ю.

студент
кафедры управления персоналом, сервиса и туризма,
Оренбургский государственный университет

В статье рассматривается современное состояние гастрономического туризма, который определяется как поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями приготовления, обучения и повышение уровня профессиональных знаний в области кулинарии, говорится о

роли кулинарного туризма в экономике впечатлений, рассматриваются теоретические вопросы гастрономического туризма. Подробно рассмотрено влияние гастрономического туризма на формирование бренда туристского региона. Авторами изучена социально-экономическая роль гастрономического туризма и финансовые аспекты кулинарных путешествий и посещений фестивалей еды, рассмотрен туристический имидж местности.

Ключевые слова: туризм, туристические фирмы, гастрономический туризм, виды гастрономического туризма, экономика впечатлений, гастрономические туры, туристические дестинации, развитие регионов, гастрономический бренд.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в последние годы гастрономический вид туризма активно развивается не только за рубежом, но и в нашей стране.

На сегодняшний день важной составляющей индустрии туризма является питание гостей. Знакомясь с достопримечательностями города, экскурсанты одновременно хотят знать об особенностях национальной кухни. Гастрономия является значимым ресурсом территории, источником формирования её идентичности. Поиск новых путей организации питания базируется на исследовании гастрономической составляющей туристского продукта, на основных принципах брендинга территории, формирующих туристский имидж местности в процессе создания впечатления о товаре в сознании потребителей.

Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс территорий, позволяющий создать новые туристские продукты, открыть новые грани туристской дестинации. Она может быть использована для понимания социального и экономического стиля жизни дестинации. Связь гастрономии и туризма способствует увеличению притока туристов, способствует удлинению пребывания туристов и увеличивает прибыль от туризма.

Туризм – это одна из крупнейших и наиболее динамичных отраслей народного хозяйства. Она занимает лидирующие позиции в мировой экономике, и представляет конкуренцию для отрасли по добычи нефти. Многие развитые страны мира давно заинтересованы в развитии туристской деятельности и уделяют ей большое внимание. Питание в туризме является важнейшей отраслью, которая оказывает существенное влияние на социальное и экономическое развитие страны. Туризм, взаимосвязанный с ресторанным бизнесом, поддерживает местных производителей, продвигает идею важности высокого качества и экологической безопасности питания. Местная кухня способствует возникновению у туристов ощущения места, чувства дома, комфорта и безопасности. Гастрономический туризм в мире приобретает большую популярность [1, с. 489].



Очевидно, что грамотная политика региональных властей, направленная на развитие туристской индустрии, может способствовать решению наиболее острых проблем в экономике области, а именно:

- обеспечить рост валового регионального продукта;
- повысить конкурентоспособность региона;
- создать рабочие места;
- стимулировать инвестиционную и инновационную активность предприятий (организаций);
- стимулировать развитие смежных отраслей экономики;
- улучшить качество жизни и уровень благосостояния населения;
- повысить узнаваемость туристского бренда Оренбургской области во внутренней и международной среде.

Одним из важнейших инструментов, способствующих устойчивому развитию и продвижению туристского продукта области, повышению эффективности туристского сектора, может стать развитие гастрономического туризма.

Гастрономия – магнит для огромного потока туристов, аккумулирующий многообразие культурных, социальных, этнических, идентификационных и религиозных черт региона.

Гастрономический туризм показал себя достаточно доходным для государственной экономики, поэтому его начали развивать даже те страны, о гастрономической культуре которых ранее не было известно.

Далее определим особенности гастрономического туризма:

- развивать данный вид туризма могут все страны без исключения, что является его уникальной отличительной чертой;
- он не является сезонным видом отдыха, так как для любого времени года можно подобрать подходящий тур;
- неотъемлемая часть гастрономического путешествия – продвижение местных хозяйств и производителей;
- данный вид туризма является одним из элементов любого тура. Однако его отличительной чертой от других видов путешествий является знакомство с национальной кухней, что является целью гастрономического туризма [2, с. 211].

Последняя характерная черта рассматриваемого вида туризма позволяет в зависимости от цели путешествия выделить несколько его подвидов (табл. 1).

Таблица 1

Виды гастрономического туризма

Вид	Описание
Сельский гастрономический тур	Цель подобных туров заключается в проживании вдали от города, рядом с природой, познавая сельскую жизнь. Занятия туристов в таких турах представляют собой обычную жизнь сельчан: постоянный контакт с природой и животными, работа по хозяйству, приготовление традиционных домашних блюд
Деловой гастрономический тур	Во время деловых поездок туристы посещают разнообразные фабрики, цеха на заводы, знаменитые кафе, бары и рестораны, чтобы успеть не только совершить нужную сделку, но и узнать гастрономические традиции нового места
Событийный гастрономический тур	Цель подобных туров – посещение определённого события, связанного с приготовлением или приёмом еды, происходит путём погружения в особенности местной кухни
Спортивный гастрономический туризм	Разновидность спортивного туризма – охота и рыболовство непосредственно связаны с потреблением уловов и добычи. Отправляясь в подобные туры, турист желает не только получить удовольствие от процесса охоты или рыбалки, но и самостоятельно приготовить добычу грамотно и вкусно
Образовательный гастрономический тур	Цель тура – это обучение в кулинарных образовательных учреждениях или прохождение различных кулинарных курсов и мастер-классов для получения соответствующих навыков
Культурно-познавательный гастрономический тур	Цель расширяется до двух составляющих: знакомство с достопримечательностями страны и её кухней. При этом ни одна из них не отодвигается на задний план по сравнению с другой

В эпоху глобализации и космополитизации мира использование гастрономии, как инструмента создания нового туристского продукта, способно пробудить любопытство и интерес к новым ощущениям у туристов, стремящихся познать историю, традиции, культуру и образ жизни общин, населяющих Оренбургскую область.

Вместе с тем, гастрономический туризм может прямо или косвенно:

- диверсифицировать экономику сельских районов региона, препятствуя тем самым стагнации;
- увеличить въездной турпоток и рост ввоза капитала в Оренбургскую область;
- продлить туристический сезон;
- рационально использовать имеющейся курортно-рекреационный потенциал;



- стимулировать развитие инфраструктуры;
- стимулировать развитие малого и среднего предпринимательства [3, с. 57].

Следует отметить, что идентификация сторон, заинтересованных в становлении нового туристского продукта, исследование с применением метода триангуляции потенциала развития гастрономического туризма в Оренбургской области с точки зрения мнений стейкхолдеров отрасли и иных источников информации, позволяет структурировать сильные и слабые стороны, а также оценить перспективы экономического развития нового туристского продукта. Сам ресурсный потенциал был проанализирован с использованием метода стратегического планирования – SWOT-анализа.

С методологической точки зрения, использование SWOT-анализа способствует пониманию отношения и степени заинтересованности в развитии гастрономического туризма стейкхолдеров отрасли на региональном уровне, кроме того, результаты анализа предоставляют информацию о синхронистических внутренних и внешних факторах, характеризующих конкурентный статус гастрономического туризма. Полученные результаты SWOT-анализа, могут обеспечить основу для формирования стратегии развития гастрономического туризма и обосновать принятие управленческих решений необходимых для развития консолидированной системы: гастрономический туризм – туристская отрасль региона.

Диагностика проводилась в два этапа: на первом этапе фокус направлен на выявление внутренних факторов, способствующих или препятствующих развитию гастрономического туризма в Оренбургской области, второй этап посвящён определению предполагаемых внешних аспектов, которые прямо или косвенно могут влиять на развитие нового туристского продукта (табл. 2).

Применение методики SWOT-анализа, представленного в таблице 2, позволило оценить симультанное влияние внутренних и внешних факторов на цели и интересы заинтересованных сторон.

Сформированный SWOT-анализ наглядно демонстрирует ряд слабых сторон, свойственных туристской отрасли региона, препятствующих либо сдерживающих развитие гастрономического туризма в Оренбургской области. Показательным фактом является то, что количество слабых сторон, с одной стороны, превалирует над сильными, но с другой стороны – количество возможностей много больше количества внешних угроз.

Вышеупомянутый инструмент позволил визуализировать и ранжировать ключевые системные причины первого и второго порядка, прямо или косвенно влияющие на развитие гастрономического туризма, а также установить причинно-следственные связи между ними.

Таблица 2

**SWOT-анализ перспектив развития
гастрономического туризма в Оренбургской области**

Сильные стороны	Слабые стороны
– природно-климатические и историко-культурные ресурсы; – географическое и геоэкономическое положение; – наличие действующей туристско-рекреационной системы; – имеющийся потенциал для развития	– низкая конкурентоспособность туристических услуг; – отсутствие транспортной доступности; – неудовлетворительное состояние туристской инфраструктуры; – отсутствие квалифицированного персонала; – недостаточное использование информационно-коммуникационных технологий; – несовершенство механизмов регулирования туристкой и смежной с ней отраслей.
Возможности	Угрозы
– возрастающий интерес к гастрономическому туризму; – новый имидж Оренбургской области, идентифицирующий тем самым культурную и историческую ценность региона; – комплексное развитие туристских территорий; – создание рабочих мест	– ухудшение качества товаров и услуг, как результат экономического кризиса; – ослабление международных и внешнеэкономических связей

К негативным факторам относится и неудовлетворительное состояние туристской инфраструктуры: моральный и физический износ коллективных средств размещения, отсутствие благоустроенных зон отдыха, нерациональное размещение действующих объектов, износ памятников истории, культуры, архитектуры, недостаточное количество предприятий общественного питания, а также сомнительная привлекательность имеющихся – сдерживает развитие туризма. Указанные проблемы решаемы, однако для этого необходимо привлечение как государственного, так и частного инвестиционного капитала при условии государственных гарантий и субсидий.

Значительное влияние на эффективность продвижения и становления туристского продукта оказывает недостаточное использование информационно-коммуникационных технологий. Эффективная коммуникационная деятельность позволит регулировать развитие туристских услуг, формировать у потребителя положительное мнение о новом туристском продукте, а также стимулировать продажи [4, с. 46].



Выявленные сильные и слабые стороны, влияющие на них внутренние причины, а также потенциальные возможности и внешние угрозы, позволяют сделать вывод о том, что для потенциала региона гастрономический туризм является перспективным направлением для Оренбургской области, способным стимулировать развитие экономики региона.

Оренбургская область может стать площадкой для развития гастрономического туризма, можно организовать такие туры по районам области с посещением историко-культурных, архитектурных и природных памятников.

Учитывая наличие туристских ресурсов, в том числе и грамотных специалистов в сфере туризма, можно рассчитывать на появление интересных предложений в гостротуризме для различных категорий туристов.

Список литературы

1. Юрьева В.А., Рыгина Е.А. Гастрономический туризм: понятие и направления // Молодёжь Сибири – науке России: мат-лы Междунар. научно-практической конференции, Красноярск, 24-25 апреля 2014 г. – Красноярск: Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Сибирский институт бизнеса, управления и психологии», 2014. – С. 488-492.
2. Линькова А.А., Максименко А.Г. Современные тенденции в организации гастрономических туров // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. – № 1. – С. 209-213.
3. Буценко Е.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. – С. 56-60.
4. Ашкинадзе И.И., Коплик А.А. К вопросу о развитии гастрономического туризма в курортном регионе // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. – 2014. – № 2. – С. 44-47.

© Солдаткина О.В., Федотова А.Ю., 2022

УДК 338.48 (575.141)

ТУРИСТСКИЕ ПРОДУКТЫ САМАРКАНДА

Сотова Л.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры туризма,

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

Завьялова Д.Д.

магистрант кафедры туризма,
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

В статье даётся сравнительный анализ туристских продуктов г. Самарканда. Данная категория выбрана объектом настоящего исследования. На основе критического анализа теоретического материала авторы предлагают свою интерпретацию определения «туристский продукт», включающий в себя деятельность туристского предприятия с комплексом туристских услуг

в определённой совокупности качества и количества товара. Характеризуются природные, историко-культурные и социально-экономические туристские ресурсы, которые являются основой разработки туристских продуктов. Представлены особенности экскурсионных маршрутов, которые пользуются большой популярностью среди гостей города.

Ключевые слова: туристские продукты, природные особенности, культурно-исторический потенциал, Самарканд, туристы, экскурсионные маршруты.

Развитие туризма в любом регионе зависит в первую очередь от привлекательности производимого туристского продукта, который обладает ёмким содержанием. Он должен состоять из комплекса услуг, которые включают в себя перевозку туристов и их размещение, а также дополнительные услуги в виде питания, культурные мероприятия (экскурсии, спортивные соревнования, фестивали и др.), приобретения сувениров.

Как правило, туристский продукт складывается непосредственно из тура, как первоначальной единицы туристского продукта. Он реализуется клиенту как комплекс различных видов услуг, продукта труда туроператора на определённый маршрут и в конкретные сроки с заранее установленной программой [1, с. 21].

Тур должен отвечать следующим требованиям (рис. 1).

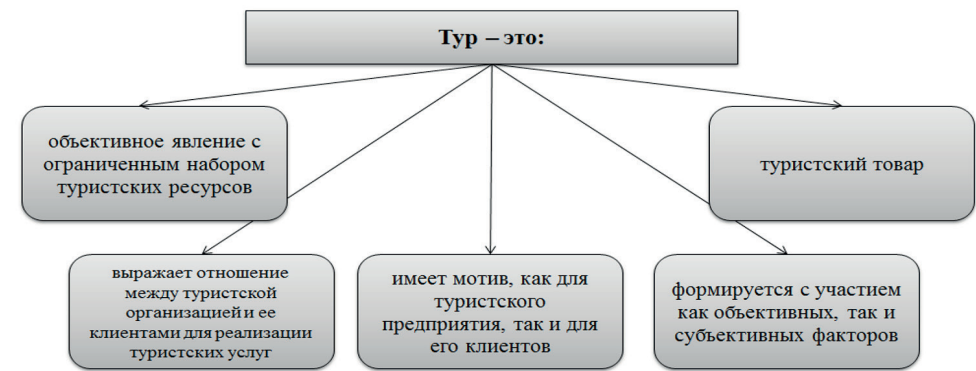


Рисунок 1 – Требования к туру

Исходя из анализа изученных источников, мы предлагаем следующее определение туристского продукта – это деятельность туристского предприятия, которое создаёт комплекс туристских услуг, исходя из желания и потребностей клиентов в определённой совокупности качества и количества товара.

На рисунке 2 отражены объекты туристской индустрии, которые находятся в тесной взаимосвязи.

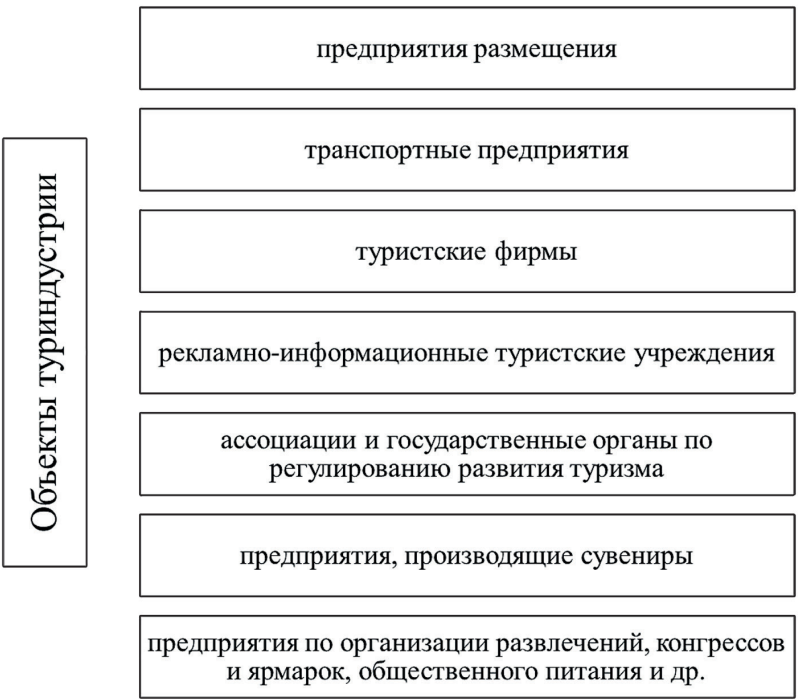


Рисунок 2 – Взаимосвязь объектов туристской индустрии

Объектом данного исследования является г. Самарканд, цель исследования – выявить особенности туристских продуктов г. Самарканда. Город находится в северо-восточной части Узбекистана, в долине живописной р. Зеравшан на обширном плато более чем 700 м над уровнем моря. Издревле здесь культивировали виноград, разнообразные фрукты, а на плодородных полях выращивали зерновые и овощные культуры. Находясь в зоне субтропического климата, Самарканд отличается жарким летом и не очень холодной зимой, поэтому самый комфортный сезон для путешествий – это весна и начало осени.

Отличительной особенностью в историко-культурном и религиозном аспектах г. Самарканда, является то, что он был включен ЮНЕСКО в список Всемирного наследия (7,3 тыс. объектов), как самобытного, одного из древнейших городов мира (2 500 лет), сохранившего со средневековья свои исторические здания [2].

Ярким примером являются остатки мечети XIV в., мавзолеев, где можно увидеть множество надгробий XIV–XV вв., медресе Шердор начала XVII в., которые сформировали облик ансамбля средневековой площади Регистан. Эти и другие объекты исторического наследия составляют основу туристских ресурсов турпродукта г. Самарканда (рис. 3).

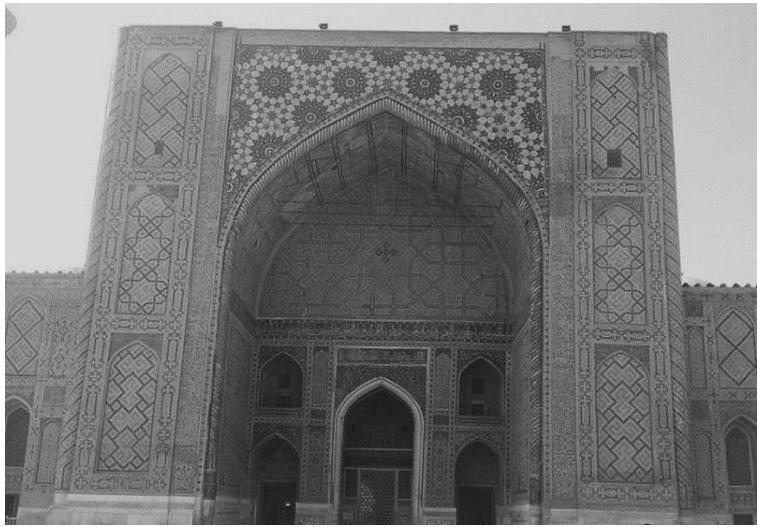


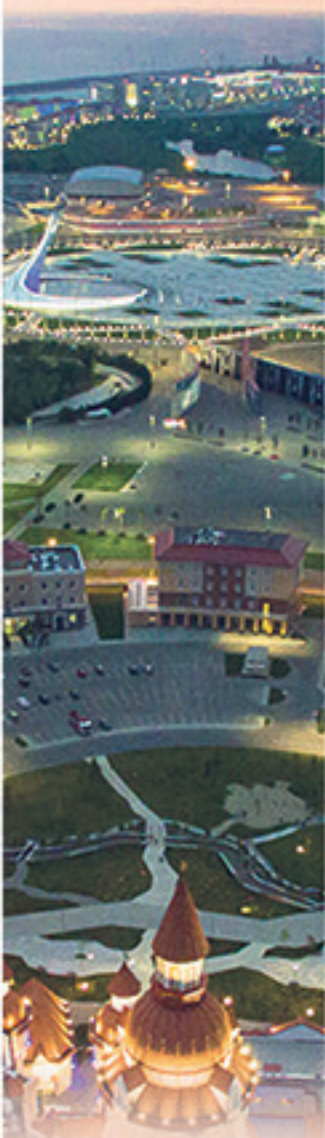
Рисунок 3 – Медресе Шердор

Транспортная инфраструктура Самарканда характеризуется всеми видами, кроме водного. Международный аэропорт, железнодорожный и автомобильный транспорт позволяют достаточно полно обслуживать внешних и внутренних туристов [3, с. 107].

Гостиничная сеть представлена широким набором гостиниц от четырёхзвездочных отелей до недорогих гостевых домов и хостелов, с высоким уровнем обслуживания и доброжелательным отношением персонала. Средства размещения располагаются в непосредственной близости от главных достопримечательностей города.

Ещё одним отличием туристского продукта Самарканда является его национальная кухня, которая отвечает всем требованиям мусульманской религии, основанной на халяль-продуктах [4, с. 31]. Кулинарные традиции Самарканда поистине уникальны и знакомство с местными национальными блюдами остаётся одним из самых интересных развлечений у гостей города. Узбекский плов, шашлык, кебаб, котлеты и самса, испечённые в тандыре лепешки, обилие свежих и засахаренных фруктов – являются основой для развития гастрономического туризма в Узбекистане.

Город Самарканд – это город на пути древнего Шёлкового пути, знаковый перекрёсток между Востоком и Западом. Он знаменит шедеврами городской среды, вокруг которого созданы легенды и мифы и это одна из причин посещения города. Древние мастера, в совершенстве владевшие различными технологиями создания монументальных сооружений, их украшением маоликой, мозаикой, резьбой по камню и дереву, заставляют восхищаться этими шедеврами туристов со всего света.



В летний сезон Самарканд становится похож на большой музей. Он заполняется многочисленными путешественниками, для которых разработаны более 10 турмаршрутов, включающих в себя как природные, так и уникальные историко-культурные объекты (табл. 1).

Таблица 1

Туристские продукты г. Самарканда

Название тура	Инфраструктура и объекты туристского показа	Дополнительные услуги
«Чарующий Самарканд»	Проживание: Arba 3*/ Jahon Palace 3*. Завтракают в чайхане, обедают и ужинают в отеле. В экскурсионную программу: входит посещение природных объектов (маковые поля вблизи Самарканда, Зеравшанский национальный парк, Туркестанский хребет), историко-культурных – (мавзолей Гол Гумбаз, «Синагога под куполом», построенная в 1891 г., мемориально-культовое сооружение медресе Шердор XVII в.)	Сувенирная продукция. Обязательное посещение базара с сувенирными лавками, где можно приобрести национальные тарелки и чашки, крошечные пиалки и гигантские блюда для плова, и знаменитые Самаркандские лепёшки, ароматные дары садов, виноградников и бахчей, орехи, сухофрукты и специи
«Многоликий Самарканд»	Проживание: Minor 3*/ Kamila Boutique Hotel 3*. Завтракают в чайхане, обедают и ужинают в отеле. Экскурсионная программа: Экскурсия по городу. Площадь Регистан, главная мечеть города – Тилля-Кари, мавзолей с надгробиями XV в., обсерватория и базар. Посещение небольших ремесленных мастерских: резьба по ганчу и древесине, лепка и обжиг посуды, чеканщики, выставляющие на продажу свои изделия – все работают на виду у туристов.	Сувенирная продукция. Изделия из натурального шёлка: постельное белье, платки, палантины, шарфы, ткани, картины, красивые самаркандские шелковые ковры, узорчатые халаты, верхняя одежда. Можно заранее заказать ковёр или картину нужного размера и рисунка. Посуда – идеальный сувенир, без которого не уезжает практически никто. Великолепные узорчатые тарелки и чашки на любой вкус
«Старинный самобытный Самарканд»	Проживание: Dilshoda 2*/L'argamak 3*. Завтракают в чайхане, обедают и ужинают в отеле. Экскурсионная программа: Экскурсия по городу включает в себя средневековый мавзолей Гур-Эмир, Шахи-Зинда, площадь Регистан, мечеть Биби-Хоним, обсерватория, ковровая фабрика «Худжум», где изготавливают очень красивые, но недорогие самаркандские шёлковые ковры, которые можно приобрести здесь же на фабрике, во время проведения экскурсии и базар, где туристы наслаждаются специями всех ароматов и оттенков и покупкой многочисленных сувениров	Сувенирная продукция. Гончарные изделия (посуда для плова, пиалы для чая), чеканка, разнообразные шёлковые и хлопковые изделия, сухофрукты и Самаркандские лепёшки (плотные, ароматные и красивые, они могут прекрасно храниться не менее недели) и др.

Приведённые в таблице турмаршруты по Самарканду, имеют как общие аспекты, так и отличительные особенности. Несомненно, общим будет являться посещение средневековой площади, некоторых других объектов исторического наследия и колоритного базара, являющегося визитной карточкой Самарканда, а отличительной особенностью посещение природных объектов, находящихся в непосредственной близости к городу.

Ежегодно Самарканд посещает около 200 тыс. чел. Гости города остаются довольны туристской инфраструктурой, а также доброжелательным обхождением в отелях и особенной кухней. Но есть и проблемы, которые влияют на формирование туристского продукта.

В первую очередь, это недостаточное количество комфортабельных, отвечающих современным требованиям, средств размещения; недостаточное количество квалифицированных кадров продолжает тормозить развитие туристского потенциала; несовершенство транспортной системы; высокая стоимость билетов и др.

Но, несмотря на существующие проблемы, туристский поток в страну продолжает расти за счёт активной работы правительства и государственного комитета по развитию туризма. Этому способствует Концепция развития сферы туризма Республики Узбекистан в 2019–2025 гг. Богатое историко-культурное и природное наследие, выгодное геополитическое положение Самарканда занимает высокое место на мировом туристском рынке и вызывает значительный интерес, как у иностранных, так и у национальных туристов.

Список литературы

1. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта. Пакетные туры. – М. : Финансы и статистика, Инфра-М, 2017. – 240 с. – ISBN: 978-5-279-03602-8.
2. Sandy F. About travel to Samarkand: popular place among Europeans and inexpensive vacation [Site of WE online edition about life of caring people]. – URL: <https://weproject.media/en/articles/detail/about-travel-to-samarkand-popular-place-among-europeans-and-inexpensive-vacation/> (accessed: 04.07.2022).
- 3 Кусерова А.И. Железнодорожные вокзалы как объекты транспортной туристской инфраструктуры // Экономические исследования и разработки. – 2019. – № 11. – С. 107-115.
- 4 Сотова Л.В., Завьялова Д.Д. Особенности развития халяльного туризма в мире // География и туризм. – 2021. – № 2. – С. 29-32.

© Сотова Л.В., Завьялова Д.Д., 2022



УДК 796.5:504.03(571.6)

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ПРИБРЕЖНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ТИХООКЕАНСКОЙ РОССИИ

Степанько Н.Г.

кандидат географических наук,
доцент, старший научный сотрудник
ФБГУН ТИГ ДВО РАН

Целью исследования является оценка эколого-экономической ситуации на прибрежных территориях Тихоокеанской России для выявления территорий благоприятных для развития туризма. В работе использован системный подход, методы картографирования, сравнительного анализа, а также метод определения координаты (показателя) в n-мерном Евклидовом пространстве [4]. Данный метод позволяет получить интегральный показатель (координату) из n-ого количества показателей, измеряемых в разных единицах и в дальнейшем отслеживать изменения изучаемого объекта в целом, а также его отдельных составляющих, таким образом отследив какой именно параметр повлиял на изменение состояния объекта. На основе полученных результатов проведено зонирование выбранной территории, которое позволяет определить наиболее экологически комфортные территории для создания или дальнейшего развития туристического вида хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: Тихоокеанская Россия, экологическая ситуация, туристский образ территории, природно-ресурсный потенциал, техногенное воздействие.

Территории прибрежных регионов Тихоокеанской России (ТР) интересны с точки зрения освоения и развития самых разных видов деятельности, а также в виду сложных внутрисистемных связей. Но многие учёные связывают глобальные изменения климата с освоением и активным использованием прибрежных территорий [3, 4, 6]. Тем не менее эти территории достаточно перспективны: имеют значительный и разнообразный природно-ресурсный, рекреационно-туристский, агроклиматический потенциалы, многочисленные и разноплановые ООПТ. Но для развития рассматриваемых территорий в каждом регионе необходимо решение как общих, так и специфических экологических проблем, разнообразие которых определяется особенностями территориально-отраслевых перестроений, уровнем, достаточностью и сбалансированностью природоохранной деятельности. Для выбора наиболее обоснованного, приемлемого и сбалансированного с точки зрения социально-экономических и экологических интересов необходимо изучение и учёт всех региональных особенностей и свойств существующей на исследуемой территории функциональной территориально-хозяйственной системы (табл. 1).

Для регионов Тихоокеанской России основным техногенным фактором, определяющим экологическое состояние, является загрязнение атмосферного воздуха и водных ресурсов, для северных территорий – нарушение и загрязнение почвогрунтов. Показатель суммарного загрязнения, приходящегося на одного человека в год, можно рассматривать как один из ограничений функционирования наиболее воздействующего предприятия или всей территориально-хозяйственной структуры потому что оно имеет отрицательный экологический и социальный, а в последствии и экономический эффекты [8].

Анализируя основные эколого-экономические показатели дальневосточных регионов можно отметить, что наблюдается явная тенденция увеличения многих экономических показателей (ВРП, индекс промышленного производств, в т. ч. добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, индекс сельскохозяйственного производства, инвестиции на охрану окружающей среды и рациональное природопользование и т. д.), хотя в некоторых регионах имеется незначительный спад: индекс промышленного производства незначительно снизился в Хабаровском крае, Сахалинской области, Чукотском АО, в основном в добывающем секторе.

В сельскохозяйственном производстве снижение этого показателя отмечается в Магаданской области. Возросли затраты на охрану окружающей среды и рациональное природопользование за исключением Хабаровского края, Магаданской и Сахалинской областей, где наблюдается значительное понижение этого показателя. Тем не менее, они недостаточны для создания сбалансированности в эколого-экономических системах в регионах Тихоокеанской России.

Деятельность в области охраны окружающей среды и рационального природопользования на низком уровне: фактические объёмы инвестиций в охрану окружающей среды (ООС) недостаточны, о чем свидетельствует индекс экономической достаточности природоохранной деятельности (ИЭД) [7, 8], который находится из соотношения фактических объёмов финансирования ООС и рационального природопользования и экономического оптимума [5] при оптимальном значении ИЭД-1.

Несмотря на то, что за последние годы выбросы загрязняющих веществ в атмосферу сократились (снижения темпов производства, частичной модернизации и реконструкции очистных сооружений), экологическое состояние рассматриваемых территорий остается неблагополучным. В атмосферное загрязнение значительный «вклад» вносит увеличивающийся рост числа автомобилей, неудовлетворительное техническое состояние многих из них и зачастую низкое качество топлива. Кроме того, транспорт также является источником загрязнения почв, сброса загрязнённых вод, твёрдых отходов, шума, вибраций, электромагнитного загрязнения.



Таблица 1

Дифференциация эколого-экономических факторов на прибрежной территории Тихоокеанской России

Регион, муниципальные районы (МР), городские округа (ГО)	Основные виды хозяйственной деятельности	Факторы, формирующие экологическую ситуацию			Возможные перспективные виды хозяйственной деятельности	Классы вредности производств (существующих + возможных)
		ООПТ	наличие экстремальных и неблагоприятных ситуаций	Суммарное загрязнение, т/чел.		
ЧУКОТСКИЙ АО						
Анадырский	добыча угля, золота, серебра, природного газа, пищевая, оленеводство, аэропорт	Ботанические парки: Тнеквеемская роща и Пеккульнейский; заказники: Лебединый, Автоткуль, Усть-Танюнерский, оз. Эльгыгыт-гын	Неблагоприятные метеорологические явления: резкие колебания температур, давления, сильные ветры, значительные осадки, циклоны, гололёд, ледяной туман, экстремально сильные морозы	46–120	угледобыча, добыча драгоценных металлов и природного газа, пищевая, оленеводство, туризм	I, II, IV, V
Чукотский	добыча золота, рыбы, морских биоресурсов и морзверобойный промысел, оленеводство, заготовка дикоросов	Нац. парк «Беренгия», природные памятники: Чегитуньский, Термальный, Уэленские и Лоринские горячие ключи	Неблагоприятные метеорологические явления: резкие колебания температур, давления, сильные ветры, значительные осадки, циклоны, гололёд, ледяной туман, экстремально сильные морозы	0–45	Горнодобыча, добыча золота, угледобыча, добыча строит. сырья, добыча морских биоресурсов, туризм	III, IV, V

ПРИМОРСКИЙ КРАЙ						
Тернейский	Лесодобыча, деревообработка, портовое хозяйство, рыбодобыча и переработка, транспортно-логистический	Сихотэ-Алиньский государственный заповедник		0–45	Лесодобыча и лесопереработка, рыбозаведение, аквакультура, пищевая (ди-коросы)	III, IV, V
Хасанский	Транспортно-логистический, портовое хозяйство, пограничный переход, судоремонт, рыбопереработка, туризм, марикультура	государственный Морской заповедник; заповедник "Кедровая падь", заказники "Барсовый", «Борисовское плато», природный парк «Хасанский»	тайфуны, циклоны	46–120	Портовое хоз-во (в т.ч. термин. комплексы зерн., СУГ), судостроение и судоремонт, лесопереработка, рыбохоз. комплекс (добыча, переработка, марикультура), туристско-рекреац., таможенный пропускной пункт (груз. пассажир.)	II, III, IV, V
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ						
ГО Петропавловск-Камчатский	рыбодобыча и рыбообработка, судостроение, пр-во технологического промыслового оборудования, горная добыча, теплоэнергетика, портовое хозяйство	Природный парк «Налычево», заказники Жупановский лиман, Налычевский мыс, р. Коль	Просадка грунтов, сильные дожди, штормовые нагоны, лавинная и тектоническая опасность	46–120	рыбодобыча и рыбообработка, судостроение, пр-во технологического промыслового оборудования, горная добыча, теплоэнергетика, портовое хозяйство, с/х, туризм	II, III, IV, V



Алеутский	Морской промысел, звероводство	Заповедник «Командорский» (морская акватория),		0–45	Рыбодобыча и переработка, туристско-рекреац.	IV, V
САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ						
ГО Невельской	Судоремонт, угледобыча, рыбодобыча и переработка, пищевая, рыбозаведение, с/х	Природный парк «Монерон», памятник природы «Мыс Кузнецова»	Сели, оползни, циклоны, шторма	46–120	Портовое хоз-во (биоресурсный комплекс, включающий хранение, транспортировку, переработку продукции и сервисное обслуживание судов), угледобыча, лесодобыча, рыбодобыча и переработка, туризм	I, II, III, IV, V
Углегорский	Угледобыча, лесодобыча и переработка, пр-во стройматериалов, транспортно-логистический	Памятник природы «Лесогорские термальные источники»	Лавины, сели, оползни, циклоны, шторма	46–120	Добыча угля, транспортно-логистический комплекс по отгрузке и вывозке угля, углехимия, портовое хоз-во (глубоководный порт), бальнеология, лесодобыча, пищевая, с/х	I, II, III, IV, V

Основными по негативному влиянию на среду является автомобильный транспорт (с бензиновыми и дизельными двигателями) и транспорт нефтепродуктов (трубопроводный и нефтеналивной).

Объёмы сточных вод в большинстве рассматриваемых регионов снизились, но состояние водных ресурсов (морей, рек) относится к 4–5 (от «загрязненных» до «экстремально грязных») классам качества воды [2]. Это состояние формирующее речные стоки также имеют 4–5 классы качества. Загрязняющими элементами являются: медь, железо, марганец, свинец, цинк и др., аммонийный и нитратный азот, фенолы, нефтепродукты, ХПК, БПК. Также в дальневосточных реках наблюдается дефицит растворённого кислорода. «Грязные» и «экстремально грязные» водные объекты есть в каждом федеральном округе [10]. По словам министра природных ресурсов и экологии России С. Донского «... 80 % очистных сооружений населённых пунктов требуют полной модернизации, в некоторых случаях не подлежат восстановлению». Отрицательные воздействия имеют свойства накапливаться, чем объясняется тот факт, что экологическая ситуация и её составляющие не находятся в прямой зависимости от структурных изменений в природопользовании.

Перспективные планы развития регионов Тихоокеанской России касаются в основном добывающих отраслей и это неминуемо отразится на экологическом состоянии исследуемых прибрежных территорий (рис. 1). Основные проекты связаны с освоением природно-ресурсного потенциала (прибрежная зона + шельф): запасы углеводородов сосредоточены: Сахалинская область (разведанные месторождения – 41 на суше и 5 на шельфе), Республика Саха (12 месторождений), Чукотский край (3 месторождения), Камчатский край (4 месторождения) [3]. Кроме этого шельфовая зона разнообразна и богата такими ресурсами как: золото (шельфы всех регионов), олово (Чукотская АО, Приморский край), хромиты (Сахалинская и Магаданская области, Хабаровский край), редкоземельные металлы (Камчатский и Хабаровский края), титано-магнетитовые, металлоносные осадки и другие [9]. Основными перспективными видами хозяйственной деятельности являются: угледобыча, энергетика, горнодобыча и переработка (ГОК, ГМК), металлургия, судоремонт, усилится газодобыча и переработка (СПГ), реконструкция портов, строительство портопунктов и перегрузочных терминалов, туризм.

Планируемое развитие нацелено на экономический подъём в регионах, но, с учётом существующих экологических проблем и недостаточно эффективной деятельностью в области охраны окружающей среды и рационального природопользования, а также низким уровнем и количеством



превентивных мер (ввод необходимых современных для конкретного вида деятельности методов очистки, утилизации, рекультивации и т. д.), экологическая ситуация ухудшится и усугубится дисбаланс в эколого-экономических отношениях, что будет препятствовать созданию экологически благоприятного туристского образа территорий Тихоокеанской России.

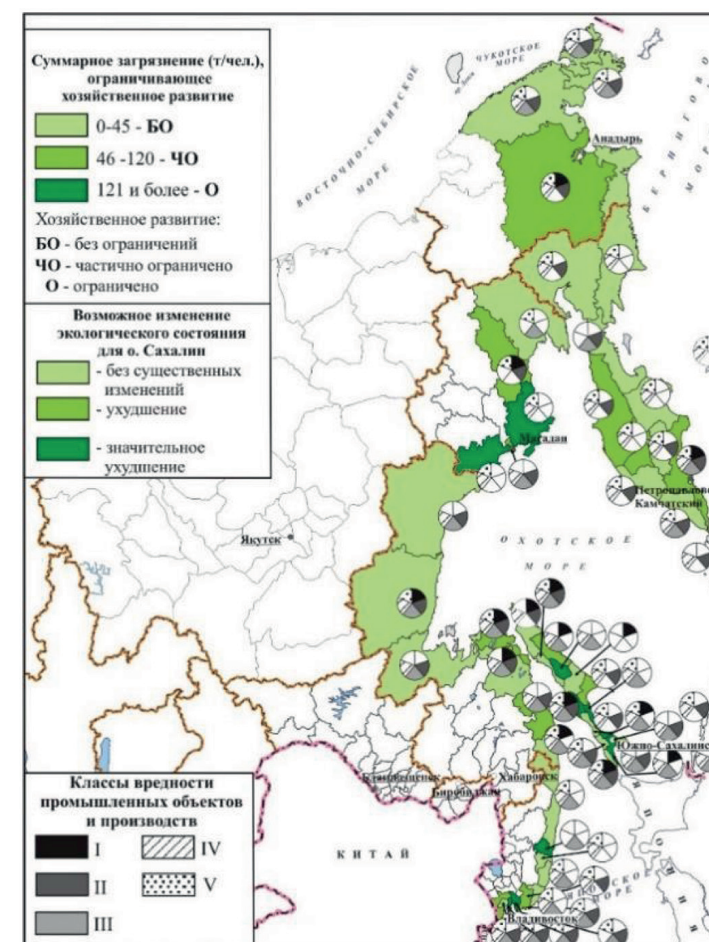


Рисунок 1 – Классы вредности планируемых производств на прибрежной территории Тихоокеанской России (в разрезе МР и ГО)

Проведённые ранее исследования [8] позволили провести зонирование исследуемой территории по показателю экологичности производственно-природных отношений (природопользования), что имеет важное значение для формирования туристического образа территории. Поскольку показатели, характеризующие производственно-природные

отношения, разноразмерны, нами был использован метод определения координаты (показателя) в n-мерном Евклидовом пространстве [1, 4]. Полученные результаты позволили провести зонирование территории Тихоокеанской России по экологичности существующего природопользования для определения наиболее комфортных условий организации туризма (рис. 2).

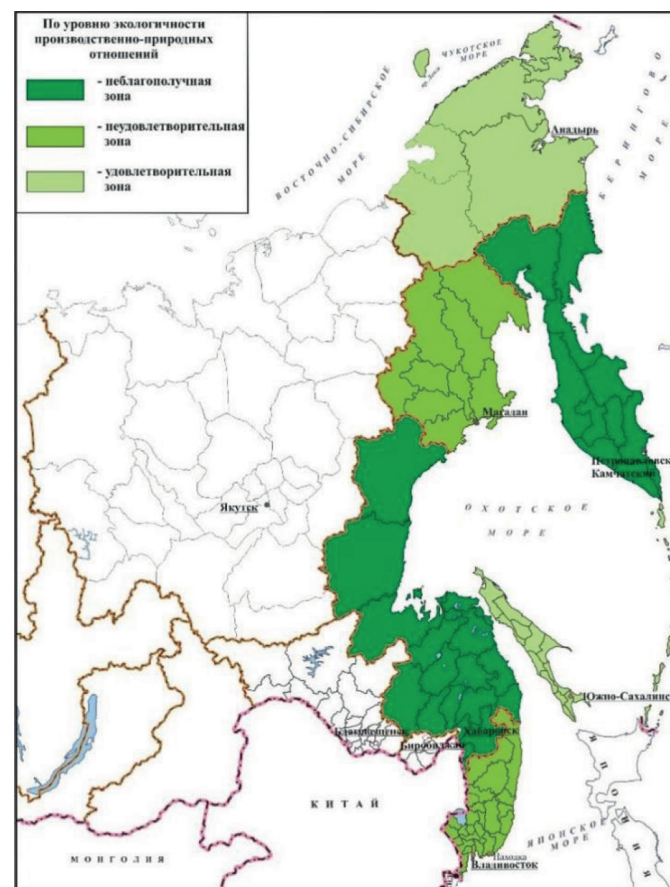


Рисунок 2 – Зонирование территории Тихоокеанской России по показателю экологичности производственно-природных отношений (КП₁)

Для развития перспективной для рассматриваемой территории и эколого-экономически наиболее благоприятной индустрии туризма необходима корректировка региональных программ развития с учётом специфики регионов, имеющих экологических проблем, включения наряду с проектами промышленного и с/х развития проекты создания предприятий природоохранной и ресурсосберегающей направлен-



ности. В этом направлении необходима государственная заинтересованность и финансовая поддержка регионов в целях поддержания и сохранения природных комплексов ТР и благоприятной среды для жизнедеятельности населения, создания экологически благоприятной среды для развития туристической деятельности.

Работа выполнена в рамках государственного задания Минобрнауки РФ (№ АААА-А16-116110810013-5) при финансовой поддержке РФФИ (№ 20 – 55 – 18010).

Список литературы

1. Голубев С.Н. Возникновение жизни и формирование массы элементарных частиц в мире квазикристаллического вакуума. – М., 2014. – 348 с.
2. Качество поверхностных вод Российской Федерации. ФС по Гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды. – Ростов-на/Д., 2019. – 144 с.
3. Качур А.Н., Скрыльчик Г.П. Современное состояние и перспективы развития нефтегазового комплекса на юге Дальнего Востока России // Транспорт и хранение нефтепродуктов и углеводородного сырья. – 2019. – № 1. – С. 38-42.
4. Математическая энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1982. – С. 729-731.
5. Колесников С.И. Экономика природопользования: учебно-методическое пособие. – Ростов-на/Д., 2000. – С. 14-15.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели: 2019 г. / Росстат. -М., 2019. - 1204
7. Степанько Н.Г. Производственно-природные отношения в регионах Дальневосточного Севера // Успехи современного естествознания. – 2017. – № 4. – С. 120-125.
8. Степанько Н.Г. Эколого-экономический анализ районов субъектов Российского Дальнего Востока, получивших оценку «ограничения хозяйственной деятельности» // География в школе. – 2017. – № 8. – С. 11-22.
9. Ткаченко Г.Г. Минерально-ресурсные сочетания шельфа дальневосточных морей // Гео-системы в Северо-Восточной Азии: территориальная организация и динамика: материалы всероссийской научно-практической конференции (г. Владивосток, 20-21 апреля 2017 г.). – Владивосток: Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, 2017. – С. 559-565.
10. Минприроды назвало самые загрязнённые водоёмы России. – URL: <https://ria.ru/20170913/1504663526.html> (дата обращения: 07.07.2021).

© Степанько Н.Г.

УДК 338.49

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ТИПОЛОГИИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО УРОВНЮ РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

Суранова О.А.

Байкальский государственный университет

В исследовании осуществлён анализ современных подходов к типологии регионов Российской Федерации по уровню развития современных средств размещения туристов с целью дальнейшего обоснования реализуемых методов государственного управления и регулирования. Установлено, что типология

разработана на основе комплекса показателей, характеризующих деятельность современных средств размещения как элемента инфраструктуры туризма и элемента туристского продукта, и должна стать основой формирования государственной системы управления и регулирования деятельности современных средств размещения туристов.

Ключевые слова: подход, типология регионов, средство размещения, турист, элемент инфраструктуры туризма, элемент туристского продукта.

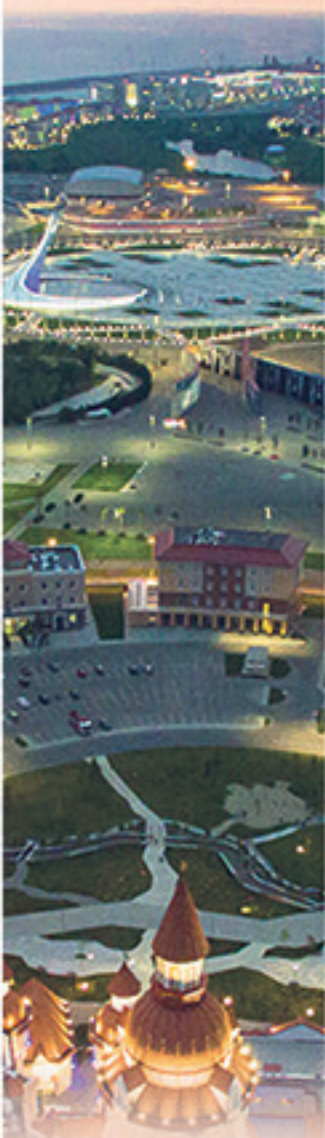
Федеральным законодательством создано единое правовое пространство и, по сути, определён единый механизм управления индустрией туризма Российской Федерации (далее РФ). Однако на практике управление должно учитывать особенности отдельно взятого региона, поэтому универсальная, оптимальная модель управления индустрией туризма в экономической системе может существовать только в теории. Как отмечает Пшеничных Ю.А. «компромиссным вариантом могут стать « типовые » модели, построенные для отдельных групп территорий, достаточно схожих по своим статичным характеристикам» [6].

Цель настоящего исследования заключается в изучении современных подходов к типологии регионов РФ по уровню развития современных средств размещения туристов на основе определения основных показателей, характеризующих средства размещения как элемент инфраструктуры туризма и элемент туристского продукта.

В процессе исследования выделено два базовых подхода к типологии регионов РФ по уровню развития средств размещения туристов. Первый подход « комплексный », в рамках которого проводится группировка регионов РФ по уровню развития туризма с учётом развития средств размещения. Второй подход « специализированный » предполагает группировку регионов исключительно с учётом развития современных средств размещения. К первой группе регионов можно отнести, например, типологию Салина В.Н. [7], ко второй группе – типологию Яковлевой С.И. [11].

Типология российских регионов по уровню развития коллективных средств размещения (далее КСР) в качестве метода исследования активно используется отечественными исследователями, что связано с огромной, к тому же все нарастающей, дифференциацией современных средств размещения и их территориальной организацией (табл. 1).

Исследователь Яброва О.А. в результате анализа развития туристской индустрии 95 территориальных образований РФ за 2005 г. выделила четыре кластера: первый кластер – это регионы, в которых гостиничный сектор доминирует над специализированным, показатель туристской



нагрузки и доля иностранных туристов находятся на среднем уровне; второй – характеризуется меньшей среднего уровня долей гостиничного сектора, т. е. в образующих его регионах существенна доля специализированных средств размещения; третий, в свою очередь, отличается существенная привлекательность для иностранных туристов и высокая туристская нагрузка на население; при этом, четвёртый – отличается самая высокая туристская нагрузка на население и доминирующее развитие специализированных средств размещения, доля иностранных туристов в данных регионах находится на среднем уровне [10].

Таблица 1

Подходы к типологии регионов РФ по уровню развития современных средств размещения туристов

Наименование типологии	Источник	Территориальный охват	Показатели
Типология на основе базовых статистических показателей	[3, 10]	РФ	Доля гостиничного сектора в КСР, %. Доля лиц, размещенных в гостиничном секторе в общей численности лиц, обслуженных в КСР, %. Численность лиц, обслуженных КСР на 100 000 населения региона Доля иностранных граждан из государств не СНГ от общей численности лиц, обслуженных КСР, %
Типология субъектов РФ по показателям насыщенности рынка гостиничных услуг и плотности распределения номеров КСР	[2, 8]	РФ	Насыщенность рынка гостиничных услуг на 1 000 чел. населения. Плотность распределения номеров КСР (количество номеров КСР на 1 000 км²)
Распределение приграничных регионов РФ по обеспеченности инфраструктурой размещения	[9]	РФ (37 приграничных регионов)	Число гостиниц и аналогичных средств размещения, ед. Обеспеченность гостиницами на 1 000 чел. Число мест в гостиницах, ед. Обеспеченность местами в гостиницах на 1 000 чел.

Группировка регионов по темпам прироста числа туристов, размещённых в КСР; группировка регионов по темпам прироста объёма оказанных гостиничных услуг	[5]	РФ	Темп прироста числа туристов, размещённых в КСР Темп прироста объёма оказанных гостиничных услуг
Группировка регионов с преимущественно инфраструктурными или организационными проблемами	[11]	РФ (ЦФО и СЗФО)	Количество граждан, размещённых в КСР. Площадь номерного фонда, <i>тыс м²/год</i> Среднесписочная численность работников КСР, <i>тыс. чел./год</i> Инвестиции в основной капитал на КСР
Группировка регионов России по обеспеченности местами размещения туристов	[1]	РФ	Число мест в КСР Обеспеченность местами размещения туристов. Численность иностранных граждан, размещённых в КСР, <i>тыс. чел.</i> (без учёта микропредприятий)
Группировка субъектов России по ресурсному потенциалу и результатам туристской деятельности	[7]	РФ (федеральные округа)	Число КСР. Число мест в среднем на одно КСР Численность размещённых туристов. Число ночёвок Доход в среднем на одно КСР
Индекс Берете-Деферта; индекс Деферта; индекс Шнайдера; число мест для размещения туристов в расчёте на 1 км² территории	[4]	РФ (федеральные округа)	Индекс Берете-Деферта Индекс Деферта Индекс Шнайдера Число мест для размещения туристов в расчёте на 1 км² территории

Источник: составлено автором на основе материалов [2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11]

Ряд авторов, анализируя показатель насыщенности рынка гостиничных услуг в сочетании с «плотностью распределения номеров КСР» (количество номеров КСР на 1 000 км²), объединив некоторые типы регионов, выделили следующие основные укрупнённые группы субъектов РФ по специфике развития рынка КРС:

- первая группа – субъекты РФ с низкой и средней насыщенностью рынка и низкой и очень низкой плотностью распределения номеров КРС;
- вторая группа – регионы РФ со средней и выше средней плотностью номеров КРС и низкой и средней насыщенностью рынка;



– третья группа – регионы с высокой плотностью номеров КСР с низкой и средней насыщенностью рынка гостиничных услуг;

– четвертая группа – регионы с высокой плотностью номеров при относительно высокой насыщенности рынка гостиничных услуг [8].

В свою очередь, Степанова С.В., проводя анализ развития инфраструктуры средств размещения в 37 приграничных регионах, внешняя граница которых совпадает с сухопутной государственной границей РФ, выявила влияние пространственного положения региона относительно государственной границы на развитие туристской инфраструктуры [9].

Попов Л.А. и другие исследователи провели анализ динамики спроса на туристские услуги в регионах России в условиях санкций со стороны Запада, осуществили группировку регионов РФ по темпам прироста числа туристов, размещённых в КСР и темпам прироста объёма оказанных гостиничных услуг [5].

Яковлева С.И. по результатам сравнения динамики гостевого потока (количества размещённых в КСР), номерного фонда и обслуживающего персонала КСР в регионах ЦФО и СЗФО предложила четыре группы регионов с преимущественно инфраструктурными или организационными проблемами:

- первая группа (отставание роста номерного фонда КСР от растущего потока гостей): 9 регионов из 23, в т. ч. столичные;
- вторая группа (уменьшение номерного фонда при растущем потоке гостей): 8 регионов;
- третья группа (потеря гостевого потока при растущем номерном фонде): 3 региона;
- четвертая группа (потеря гостевого потока и сокращение номерного фонда: 3 региона – Тверская, Владимирская и Вологодская области, относящиеся к проблемным регионам [11].

При этом Закиров И.В. и Саттарова Г.А., анализируя показатели работы туристской индустрии субъектов РФ, провели их группировку по количеству КСР и числу мест, по результатам которой отметили Краснодарский край, г. Москва и Республика Крым, на долю которых приходится 37 %, а на долю первых десяти регионов – уже более половины КСР (55 %). Большая часть регионов обеспечена инфраструктурой размещения ниже, чем в среднем по стране (68 из 85). Для них низкая обеспеченность местами размещения туристов является одной из главных проблем, препятствующих развитию туризма [1].

Салин В.Н. и другие исследователи в процессе ранжирования субъектов определили регионы-лидеры и отстающие регионы по наличию ресурсной базы для осуществления туристской деятельности (число КСР, численность размещённых туристов, доходы в среднем на одно

КСР) и результатам деятельности; установили, что в ряде регионов потенциал используется недостаточно, а в некоторых вклад от туристской деятельности превышает ресурсы субъекта [7].

Авторы Морозов М.А. и Морозова Н.С. рассчитали инфраструктурные туристские индексы по федеральным округам РФ и заключили, что существует неравномерность инфраструктурного обеспечения туризма в федеральных округах. Это связано с этапами развития туристских дестинаций, видами развиваемого туризма и спецификой их инфраструктуры. Наиболее высокий уровень развития инфраструктуры средств размещения по показателю Берете-Деферта зафиксирован в Южном, Северо-Западном и Центральном федеральных округах, данные округа лидируют по индексу Шнайдера, что связано с большим количеством туристов. Южный федеральный округ по индексу Берете-Деферта в 2,33 раза опережает Северо-Западный федеральный округ и в 2,58 раза – Центральный, что связано с большими туристскими потоками и относительно небольшим населением. Самые низкие индексы у Дальневосточного (0,5) и Сибирского (1,06) федеральных округов, что связано с их большой площадью [4].

В типологии регионов по уровню развития современных средств размещения можно выделить два блока показателей: к первому блоку относятся показатели, характеризующие современные средства размещения как элемент инфраструктуры туризма; ко второму – показатели, характеризующие средства размещения как элемент туристского продукта (табл. 2).

Показатели, применяемые для разработки типологии регионов по уровню развития современных средств размещения туристов

Блок показателей	Показатели
Характеризующие средства размещения как элемент инфраструктуры туризма	
Средства размещения	Число КСР [7], число гостиниц и аналогичных средств размещения [9], доля гостиничного сектора в КСР, % [10], обеспеченность гостиницами на 1 000 чел. [9]
Номерной фонд средств размещения	Площадь номерного фонда, тыс. м ² /год [11], плотность распределения номеров КСР (количество номеров КСР на 1 000 м ² [8])
Места в средствах размещения	Число мест в гостиницах [9], число мест в КСР [1], число мест в среднем на одно КСР [7], число мест для размещения туристов в расчёте на 1 м ² территории [4], обеспеченность местами в гостиницах на 1 000 чел. [9], обеспеченность местами размещения туристов [1]
Инвестиции	Инвестиции в основной капитал на КСР [11]



Характеризующие средства размещения как элемент туристского продукта	
Ночёвки	Число ночёвок [7]
Размещённые лица	Количество граждан, размещённых в КСР [11], численность иностранных граждан, размещённых в КСР, тыс. чел. (без учёта микро-предприятий) [1], численность размещённых туристов [7], доля лиц, размещённых в гостиничном секторе в общей численности лиц, обслуженных в КСР, % [10], численность лиц, обслуженных КСР на 100 000 населения региона [10], доля иностранных граждан из государств не СНГ от общей численности лиц, обслуженных КСР, % [10]. Темп прироста объёма оказанных гостиничных услуг [5]
Доход средств размещения	Доход в среднем на одно КСР [7], темп прироста объёма оказанных гостиничных услуг [5]
Персонал	Среднесписочная численность работников КСР, тыс. чел./год [11]

Источник: составлено автором на основе материалов [1, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11]

Проведённое исследование позволило сделать следующие выводы:
– актуальной и практически значимой задачей оптимизации процессов управления индустрией туризма является построение типологии регионов с точки зрения оценки состояния современных средств размещения туристов.

– на сегодняшний день не существует общепринятой методики типологии регионов РФ по уровню развития современных средств размещения туристов. Любая типология субъективна, т. е. определяется конкретным набором показателей:

– типология разрабатывается на основе комплекса абсолютных и относительных показателей, характеризующих деятельность современных средств размещения как элемента инфраструктуры туризма и элемента туристского продукта.

– типология регионов должна стать основой формирования государственной системы управления и регулирования деятельности современных средств размещения туристов.

Список литературы

1. Закиров И.В. Саттарова Г.А. Региональные особенности развития туризма в России // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2018. – № 2. – С. 86-98.
2. Лимонина И.Г., Сафина С.С. Особенности пространственного размещения объектов гостиничного хозяйства // «Вопросы экономической географии и статистики пространственного развития», посвященной К.И. Арсеньеву, г. Петрозаводск, 20-21 ноября 2016 г.: материалы научно-практической конференции с международным участием. – 2016. – С. 253-259.

3. Максимова Т.Г., Яброва О.А. К вопросу о методологии сравнительной оценки развития индустрии туризма в субъектах Российской Федерации // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 4. – С. 320-322.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Региональные особенности развития туристской инфраструктуры и их влияние на туризм // Регионология. – 2021. – Т. 29. – № 3(116). – С. 588-610.
5. Попов Л.А., Кошелева А.И., Романюк А.В. Трансформация спроса на туристские услуги в России в условиях санкций // Регион: Экономика и Социология. – 2017. – № 3(95). – С. 158-173.
6. Пшеничных Ю.А. Информационно-методическое обеспечение принятия управленческих решений в комплексном развитии индустрии туризма // Туризм: право и экономика. – 2008. – № 4. – С. 9-17.
7. Салин В.Н., Вахрамеева М.В., Нарбут В.В. Статистическая оценка деятельности коллективных средств размещения и их вклада в экономику субъектов Российской Федерации // Статистика и экономика. – 2021. – № 6. – С. 35-48.
8. Сафина С.С., Лимонина И.Г. Региональная специфика развития коллективных средств размещения и территориальная интеграция международных гостиничных сетей в Российской Федерации // ПСЭ. – 2016. – № 1(57). – С. 170-174.
9. Степанова С.В. Общие тенденции и особенности развития инфраструктуры туризма российских регионов // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2016. – № 3. – С. 68-84.
10. Яброва О.А. Методы оценки развития индустрии туризма в российских регионах // Экономика и управление. – 2007. – № 4. – С. 130-133.
11. Яковлева С.И. Оценка туристского потенциала столичных и межстоличных регионов России // Псковский регионологический журнал. – 2017. – № 1(29). – С. 48-60.

© Суранова О.А., 2022

УДК 332.02

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ И ЗАМЕЩЕНИЕ ИМПОРТА

Сухарев О.С.

*доктор экономических наук, профессор,
главный научный сотрудник ИЭ РАН*

Национальные проекты закономерно составили ключевые направления экономического развития России, являясь в институциональном смысле генератором роста. Вместе с тем, их реализация в 2022 г. столкнулась с трудностями, вызванные резким ужесточением санкций. Одновременно усилилась необходимость проведения политики замещения импорта. Эти обстоятельства обеспечивают цель исследования, сводимую к анализу возможностей коррекции национальных проектов по вектору импортозамещения. Методологию составляет проектный подход, теория государственного управления, метод сравнительного и статистического анализа данных. Использование указанной методологии позволило обосновать результат, сводимый к тому, что коррекция

Национальных проектов в России согласно применению «критерия исправимости», должна сводиться к развёртыванию доктрины «замещения импорта» в виде, охватывающей все приоритетные направления, заданные национальными проектами и программами развития. Кроме того, туристическую сферу вполне можно рассматривать как своеобразный испытательный полигон реализации политики импортозамещения в трансакционном секторе, оказывающем услуги по отдыху населения внутри страны. Особый акцент необходимо сделать на информационном обеспечении отрасли и оптимизации затрат, что требует решения структурной задачи управления, соизмеряющей вложения в фонды отрасли с потребительской ценой на различные услуги, которые отрасль предоставляет населению России.

Ключевые слова: национальные проекты, импортозамещение, критерий исключения, государственная политика, санкции, туризм.

Экономическая ситуация в 2022 г. для России складывается так, что по итогам года ожидается спад ВВП, реальных доходов населения, уровня потребления и инвестиций. Это не может не отразиться на мобильности граждан и туристическом потенциале. Кризисные явления, вызванные экономической войной и санкциями как её центральным направлением, требуют новых ориентиров в области государственного управления. Учитывая, что Национальные проекты выступают основным инструментом решения приоритетных задач развития страны на повестке дня задача не только их коррекции с учётом изменяющейся реальности и возможностей экономики, но и выстраивания их под политику замещения импорта. Высокая зависимость от импорта автоматически выводит на первую строчку повестки дня такую задачу для России. Причём её решение видится не в изменении поставщиков, а в наполнении Национальных проектов иным содержанием, сводимом к развёртыванию внутренних производств, восполняющих импортные изделия. Тем самым лечение ставшей хронической болезни «импортного наркомана» весьма похоже на медицинские усилия в области наркозависимости, только в переложении к экономике. Аргументы, что, дескать, не надо замещать весь импорт, только уведут от коренного содержания проблемы, порождая вопрос: «Кто призывает замещать весь импорт?». Эти риторические упражнения камуфлируют важность проблемы импортозамещения, разрыхляют государственную задачу, вследствие чего исполняют роль демпфера государственных решений и работают на снижение эффективности политики замещения импорта. В связи со сказанным, рассмотрим некоторые моменты реализации Национальных проектов и их коррекции, включая и аспект замещения импорта, показав на примере туризма, что этот сектор выступает важным полигоном для демонстрации успешности политики

замещения импорта за счёт активизации внутреннего туризма даже в условиях экономического спада. Рассмотрим «критерий исправимости», известный в экономической науке, применительно к управлению Национальными проектами, перейдя затем к задачам реализации проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

До 2022 г. было модно считать, что в основе управления Национальными проектами, разработки и реализации, лежит так называемый проектный подход [2–4]. Правда, иногда проектный подход применялся при отсутствии «проектировочного мышления». Именно оно позволяет установить, в чём неудовлетворительна ситуация с тем, чтобы её преодолеть на стадии проектирования и затем и реализации. Проектный подход охватывает собственно создание проектов, систему управления ими, выделение финансов. Однако, в связи с событиями 2022 года, вызванными фронтальными санкциями по России, оказалось, что наравне с проектным подходом, в рамках его применения, высокое значение приобретает так называемый «критерий исправимости» Оливера Уильямсона [6–7]. В действительности, «критерий исправимости» явно вшит в методы проектирования, но, не являясь инженерами, экономисты, как правило, абсолютизируют свои обобщения в то время, как они давно известны, а пренебрежение ими обычно понижает эффективность проектирования и создаёт в будущем проблемы с воплощением проекта.

«Критерий исправимости», как его видел Оливер Уильямсон, сводится к тому, что имеются лучшие альтернативы, в реализации которых, а может быть и в определении, имеются «несправедливые препятствия» [6–7]. Поэтому воплощается тот вариант проекта, который признаётся неэффективным, но если снять эту несправедливость [6, с. 178], то в этом случае режим реализации не будет неэффективным, при условии, что нет лучшего реального и годного к реализации варианта, дающего чистые выгоды с учётом издержек внедрения. Таким образом, с позиции теории транзакционных издержек, требуется большое внимание уделять тому, каков механизм реализации (внедрения) проекта или совокупности (национальных) проектов, и какие затраты с ним связаны. Рассмотрение альтернатив должна быть важным приложением усилий правительства [1, 6].

Коррекция Национальных проектов России в связи с событиями 2022 г., по существу, означает применение «критерия исправимости», от которого зависит общая результативность.

Но общий итог будет задан тем, как именно применён этот критерий, то есть, какие механизмы рассмотрены в альтернативном варианте, как оценены потенциальные выгоды и затраты, включая и издержки самого пересмотра и коррекции проектов.



Учитывая, что государственной основополагающей задачей выступает импортозамещение, национальные проекты должны проходить коррекцию на предмет учёта обстоятельств, связанных с её решением.

Применение «критерия исправимости» касается установления лучшей альтернативы, определения потенциальных выгод за вычетом издержек, в том числе, связанных с разработкой и внедрением альтернативного варианта проекта. Свойством «критерия исправимости» является то, что, согласно ему, неэффективность проекта не определяется по тому, насколько он отличается от идеального состояния, которое в реальности задать весьма не просто. Но определяется сравнением с потенциально реализуемыми альтернативами [6]. Вместе с тем, такой подход также не лишён недостатка, ибо реализуемость оценивается ещё до того, как на практике проект воплощается. Следовательно, подобная оценка также становится гипотетической, не точной. Скорее, необходимо рассматривать портфель проектов, назначение которых решить конкретные задачи развития, что является приоритетным для государства. Оценки ожидаемых выгод и затрат также весьма ограничены, условны. В связи с этим, целесообразным видится применение метода портфельного анализа в рамках применения проектного подхода к макроэкономическому управлению [5, с. 85-110; 138; 143-159]. Он позволяет выделить структуру проектов, описывая связность между ними в рамках задачи распределения ресурсов, на которые нужно обеспечить ту или иную отдачу. Особо можно выделить в рамках каждого проекта аспекты замещения импорта, создав карту такого замещения по все совокупности проектов. Эта карта может составить основу для самостоятельного системного для российской экономики проекта под общим названием «Замещение импорта и развёртывание собственных производств». Здесь может применяться форма государственно-частного партнёрства, а также использоваться сугубо государственные ресурсы с вариантами дальнейшей частичной приватизации созданных производств, с учётом сохранения их специализации и развития на них технологий.

Задача импортозамещения для России является крайне актуальной. Причём не только санкции 2022 г. подчёркивают эту актуальность, но и вся история хозяйственного развития за последние десятилетия, укрепившая импорт и соответствующую ему инфраструктуру, подтверждает необходимость её решения (табл. 1).

Таблица 1

Зависимость отдельных секторов в России от импорта

Отрасль	Зависимость от импорта, %, (2021, если не указан год отдельно в левом столбце)
Станкостроение (2020)	81 %
Тяжёлое машиностроение	70 % в среднем, от 30 до 100 % по отдельным позициям
Лёгкая промышленность	83 %
Электронная промышленность (2020)	41 %
Фармацевтическая и медицинская промышленность	в среднем 74,4 % (от 35 до 100 по отдельным позициям)
Машиностроение	55 % в среднем 30 % – энергетическое машиностроение; электротехническая и кабельная промышленность; 50 % – нефтегазовое оборудование; 80 % – в среднем машиностроение для пищевой и перерабатывающей промышленности (55 % – оборудование для общественного питания и торговли, до 97 % – оборудование для производства продуктов детского питания); 55 % – сельхозмашиностроение
Пищевая промышленность	13,9 %

Источник: составлено автором по данным приказов Минпромторга (см. сноски в правом столбце)

Как видно из таблицы 1, по средствам производства зависимость от импорта запредельно высокая – станкостроение, тяжёлое и общее машиностроение. Особо опасная ситуация в оборудовании для производства детского питания. Задача создания такого оборудования должна стать центральной и ежедневной заботой правительства. В противном случае все усилия по деторождению, программы помощи материнству и детству становятся зависимыми от внешних условий. Остра проблема импорта в электронике, фармацевтической промышленности и медицине, лёгкой промышленности. Успехи локализуются в области пищевой промышленности, энергетическом и сельскохозяйственном машиностроении, а также не вошедшим в таблицу сельском хозяйстве и оборонном секторе.



Пол Кругман 20-го мая 2022 г. в «The New York Times» выступил со статьёй «Как Запад душит путинскую экономику» (дословный перевод: «How the West Is Strangling Putin’s Economy»), где проводил общую линию, что положительное сальдо торгового баланса России за 2022 г. является показателем проигрыша, поскольку страна на вырученные деньги не может приобрести нужный ей импорт (из-за санкций). Такой близорукий подход как раз не видит действие «критерия исправимости», согласно которому следует смотреть имеющиеся альтернативы. А они состоят в том, что Россия на положительное сальдо торгового баланса обязана развернуть импортозамещение, развитие внутренних производств и рынка. Сведение ситуации только к покупке импорта, или переориентация с западного на восточный импорт, в том числе, за счёт параллельного импорта и обнуления на него пошлин – не являются решением поставленной государственной задачи.

В качестве хорошего полигона для апробации замещения импортных услуг выступает туризм. Развитие внутреннего российского туризма помимо сугубо коммерческих целей, имеет куда более важные задачи и мотивы: укрепления национального достоинства, знаний о своей стране, патриотизма и гуманизма, сохранения национально-культурного и исторического наследия народов, населяющих России и т. д. Национальный проект по туризму в условиях санкций и блокирования многих направлений международного туризма, может стать базовой в политике импортозамещения важнейших услуг.

Хотя, конечно, успешность развития внутреннего туризма зависит от организации сервиса, инфраструктуры, включая транспортную, а также роста доходов граждан, которого бы хватало на отдых и путешествия, то есть, от текущих макроэкономических условий, тем не менее, как показывают данные по 2021 г. и даже по первому полугодию 2022 г., пока имеются неплохие перспективы именно на внутреннем туристическом рынке России. Их требуется расширять, создавая заранее необходимую инфраструктуру туризма, готовую принять граждан.

Туризм занимает важное место как вид деятельности в мировой экономике. Сферу туризма в мировой экономике отражает таблица 2. Важным обстоятельством выступает и то, что он составляет, с одной стороны, вид отдыха населения, с другой, обеспечивает другой части населения рабочие места и доходы, иногда на протяжении оставшегося в году времени (за границами туристического сезона).

Таблица 2

Туризм в мировой экономике, 2019–2020 гг.

	2019	2020
Мировой ВВП сектора туризма и путешествий, в % к предыдущему году	103,5	50,9
Мировой ВВП, в % к предыдущему году	102,5	96,3
Вклад туризма в % от мирового ВВП	10,4	5,5
Число рабочих мест в сфере туризма в % от общего числа рабочих мест в мире	10,0	8,9
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма, в % от общего объёма инвестиций	4,4	3,2

Источник: Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2021 М.: Росстат, 21 с. По данным ежегодного исследования Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с участием экспертов Oxford Economics за 2020 год

Как видно из таблицы 2, «ковидный кризис» 2020 г. значительно снизил возможности туристической отрасли, нанеся по ней в буквальном смысле большой удар. Если мировой ВВП в 2020 г. составил к 2019 г. 96,3 %, то по туризму 50,9 %.

Вклад туризма понизился в 2 раза, число рабочих мест в общем их числе с 10 % снизилось до 8,9 %. Инвестиции в основной капитал в сфере туризма также в относительном измерении от общей величины инвестиций понизились. С учётом общего снижения инвестиций в кризисный год, это довольно существенное понижение.

В России в 2020 г. тенденции практически не отличались от общемировых в сфере туризма. Объём услуг туроператоров понизился почти в 2 раза, санаторно-курортных и гостиниц примерно в 1,3 раза. Инвестиции в основной капитал туризма понизились в относительном измерении незначительно (на 0,2 %). Средняя численность работников снизилась примерно на 30 тыс. человек. Экспорт услуг по статье «поездки» понизился более, чем в 3 раза. Однако во втором квартале 2021 г. ситуация начинает значительно оживать, показатели существенно улучшаться. В январе – июне 2022 г. Росстат оценивал туристический поток в РФ около 66,9 млн человек. Эта величина приближается к величине работающего населения страны, причём, всего за полгода и в условиях усиления действующих санкций. Если выезд из России за январь – март 2021 г. составил 2,252 млн человек, то в 2022 г. за первый квартал – 3,383 млн чел. Конечно, далеко не все были туристами. Отток, возможно, происходил на фоне ввода санкций. Однако данные по въезду имеют более объективное



значение. Если в январе – июне 2021 г. в России въехало 2,817 млн человек иностранцев, то за этот же период в 2022 г. 2,55 млн чел. Имеется снижение на 300 тыс. человек. Однако, это в условиях экономической войны – не обнаруживается кардинального понижения показателя за первое полугодие. Конечно, за второе полугодие 2022 г. цифра может существенно понизиться. Тем не менее, за весь 2021 г. въехало 7 миллионов человек, а за январь – июль 2022 г. – 3,6 млн человек. Снижение можно ожидать, но оно уже видно не является каким-то кардинальным – на порядок. А имеет объективную основу, вытекающую из санкций и развязанной экономической войны против России.

Таким образом, можно констатировать, что возникли серьёзные ограничения и торможение развития туристической отрасли в 2020 г. Однако в 2021 году, по мере снятия ограничений и оживления экономики, с учётом того, что население обнаружило такой психологический эффект как «соскучилось по туризму», отрасль начала оживать. Однако события 2022 г. с вводом новых ограничений опять обеспечили свёртывание возможностей, особенно в части внешнего туризма для российских граждан, фактически предопределяя возможности в области внутреннего туризма.

Учитывая спад 2022 г., минус 4–5 % ВВП, а также доходов, это не может не сказаться на туризме. Сужены и возможности по инвестированию в отрасль. Эти обстоятельства диктуют необходимость ориентировать Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» на внутренний туризм и его развитие, разработку информационных маршрутов в рамках уже подготовленной инфраструктуры, обеспечение логистики и выстраивании политики цен, позволяющей обеспечить туристический поток в складывающихся экономических условиях функционирования отрасли.

Подводя итог, сформулируем основные предложения, необходимые для эффективных решений государственных задач развития России в условиях санкций.

Во-первых, все имеющиеся Национальные проекты и Федеральные программы следует объединить на базе системного проекта под общим названием «Импортозамещение». Он должен обеспечить координацию и связать задачи, поставленные самостоятельно в рамках каждого отдельно взятого национального проекта. Требуется дать оценку выделяемых ресурсов, располагать информационной системой поэтапного регулирования реализацией национальных проектов. Учитывая, что частный бизнес только в адаптационном режиме может решать задачи замещения импорта, требуется активная правительственная государственная политика, связывающая усилия государственного и частного секторов. Для реализации Национальных проектов помимо выделяемых ресурсов потребуются интенсифицировать предоставление авансового капитала со стороны банковской системы. Отрасль туризма выступает

своеобразным полигоном для апробации политики замещения импорта, поскольку, вектор политики в этой сфере должен привести к расширению внутреннего туризма относительно выездного туризма. Конечно, решение такой задачи зависит от подготовки инфраструктуры и доходов граждан, но также и от затрат, связанных с обслуживанием их при путешествии внутри России.

Во-вторых, наравне со списком «параллельного импорта», который камуфлирует проблему замещения импорта, не решая её (переключает поставки с Запада на Восток), требуется создавать на государственном уровне «информационные каталоги» продукции и услуг по отраслям и видам деятельности, которые подлежат замещению на внутреннем рынке. Это снизит транзакционные издержки поиска вариантов отдыха для туризма, а также заказчиков отечественных продуктов и услуг.

В-третьих, нужна широкая практика (и стимулы для неё) воспроизведения импортных продуктов внутри России, с модернизацией на отечественной базе. Такая практика должна затронуть продукты и услуги, уже подпавшие под санкции. Туризм является той отраслью, где это сделать не представляет непреодолимых сложностей. Причём, судя по приводимым данным, российские граждане в 2022 г. кардинально не сократили свои перемещения относительно, скажем «ковидного» 2020 г. Это является основой для дальнейшего развития отрасли.

Таким образом, популяризация туризма внутри России, изготовление информационных каталогов с широким их распространением будет упорядочивать выбор людей по вопросу отдыха в России. Это представляет весьма важный вектор при проведении политики замещения импорта, особенно в столь сложный период мирового развития, обусловленный экономической войной, санкциями.

Список литературы

1. Глазьев С.Ю. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. – М.: Книжный мир, 2018. – 768 с.
2. Мир управления проектами / под редакцией Х. Решке, Х Шелле. – М.: Аланс, 1994. – 304 с.
3. Сухарев О.С. Макроэкономические проблемы экономического роста России и национальные проекты // Проблемы теории и практики управления. – 2019. – № 7. – С. 17-33.
4. Сухарев О.С. Стратегия инновационного развития: агенты и национальные проекты в России // Инвестиции в России. – 2019. – № 5. – С. 3-14.
5. Сухарев О.С. Теория структурной динамики экономики. – М.: Ленанд, 2020 – 100 с.
6. Уильямсон О. Междисциплинарная наука об обществе: проект экономики транзакционных издержек // Экономика для любознательных: о чём размышляют нобелевские лауреаты. – М.: Издательство института Гайдара, 2017. – С. 164-179.
7. Williamson O. The Mechanisms of Governance. – New York: Oxford University Press. 1996. – 429 p.

© Сухарев О.С., 2022



УДК 316.472.4

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Сыркова И.С.

*доцент кафедры управления и технологий в туризме и рекреации,
Сочинский государственный университет*

В статье рассматривается возможность применения социальных сетей для продвижения услуг предприятий туристической индустрии, а также другие возможности социальных сетей, помогающие предприятиям выстраивать собственную маркетинговую стратегию.

Ключевые слова: социальные сети, в контакте, продвижение туруслуг, маркетинговые инструменты в туризме.

В последнее десятилетие социальные сети прочно вошли не только в жизнь множества людей, как средство общения, но и в программу маркетинга большинства крупных и малых предприятий всех отраслей, в том числе и в туризм и индустрию гостеприимства. Отличие социальных сетей от других средств продвижения состоят в следующем:

- при помощи социальных сетей предприятия сферы туризма и гостеприимства могут привлечь потенциальных потребителей не только в свои группы с помощью красивого и познавательного контента, но и через них привлечь трафик на официальный сайт, где происходит конверсия потенциальных потребителей в реальных покупателей;
- социальные сети позволяют привлекать потенциальных потребителей на свои страницы без каких-либо вложений, используя систему лайков, репостов и комментариев;
- потребители, оставшиеся удовлетворёнными качеством оказания услуг и сделавшие красивые фото, сами продвигают туристские компании в своих аккаунтах, используя специальные хэштеги и геолокацию, при этом компания также не затрачивает дополнительных финансовых ресурсов на продвижение.

Кроме очевидных преимуществ социальных сетей как средства продвижения турпродукта и смежных с ним продуктов стоит также отметить, что социальные сети являются источником информации о потенциальных потребителях, позволяют составить их портрет, а также несут пользу при сборе информации для анализа конкурентоспособности предприятия.

Необходимо отметить, что в результате спецоперации в Украине за короткий промежуток времени произошло серьёзное перераспределение пользователей между популярными соцсетями и мессенджерами. На рисунке 1 отражены тенденции использования социальных сетей за 2022 г. [4].

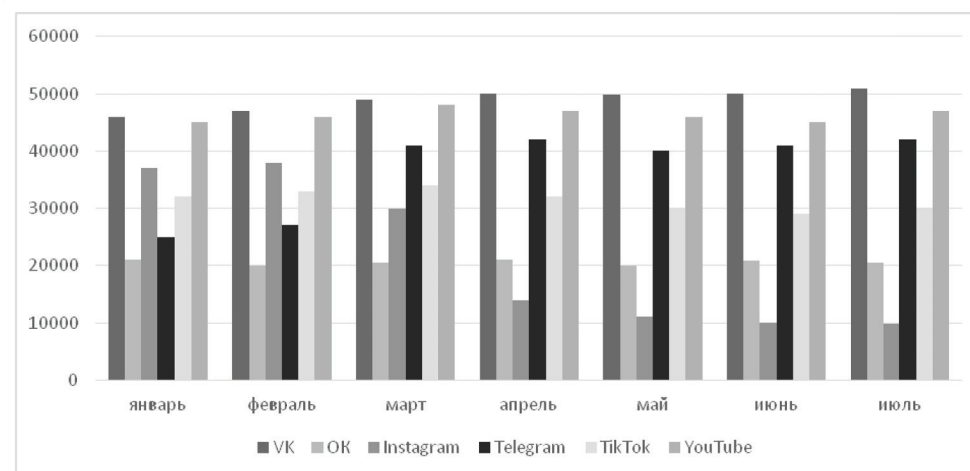


Рисунок 1 – Динамика охвата социальных сетей в 2022 г., тыс. чел.
(составлено автором по данным <https://mediascope.net/>)

В результате запрета на использование социальной сети Instagram произошёл кратный рост социальной сети ВКонтакте (VK), как по количеству аккаунтов, так и по количеству платной рекламы всевозможных сообществ. Однако развитие этой социальной сети, обусловленное ростом количества пользователей, имеет как свои преимущества для малого и среднего бизнеса, так и недостатки.

Работа социальных сетей для предприятий сферы туризма и гостеприимства заключается в основном в следующем:

- постинге качественного контента в виде фотографий, видео, статей, историй, вирусных роликов, акций, предложений;
- степени вовлеченности целевой аудитории по хэштегам и геотэгам;
- работа с UGC-контентом (пользовательским контентом);
- обработка и модерация комментариев и direct (в том числе отслеживание и ответы на негативные отзывы о компании).

Красивый и качественный контент предприятий туриндустрии изначально был главным фактором привлечения новых потенциальных клиентов. Подписчики вовлекались во взаимодействие с компанией, увидев привлекательные фото, видео или прочитав интересный текст. Однако с развитием социальных сетей просто качественного контента недостаточно для того, чтобы потенциальные потребители заинтересовались страницей предприятия туриндустрии. Ведь количество постов в социальных сетях растёт в геометрической прогрессии, а «умная лента» может отсекают то, что человек ранее не просматривал. Поэтому потенциальный клиент не всегда может увидеть контент, который задумывался специально для него.



В такой ситуации предприятиям на помощь приходит возможность размещения платной рекламы. И вот здесь небольшие предприятия ставятся в невыгодное положение по сравнению с крупными туроператорами, гостиничными сетями и другими серьёзными участниками туристской отрасли. Ведь большие рекламные бюджеты крупных компаний позволяют сделать рекламу более частой, персонализированной и качественной.

Кроме рекламы непосредственно в рекламных кабинетах социальных сетей туристские компании могут продвигаться с помощью блогеров. Более 25 % опрошенных заявили, что социальные сети влияют на их мнение при выборе места и типа проживания. [1, с. 159]. В настоящее время макро, средние и микроблоги о путешествиях находятся на пике популярности. Множество подписчиков таких тревел-блогеров выбирают туристские места, предприятия общественного питания, развлечения и другие сопутствующие услуги по рекомендациям из социальных сетей. То есть блоги о путешествиях становятся своеобразными конкурентами турагентам, ведь турист может составить турпакет самостоятельно на основе рекомендаций инфлюенсера.

Федеральный проект «Социальные лифты для каждого» и национальный проект «Образование» дали старт обучению 40 000 блогеров в возрасте от 14 до 90 лет, финалисты в рамках проекта «Топ Блог» рассказали в социальных сетях о достопримечательностях России. [2, с. 9] Целью авторов проекта является популяризация внутреннего туризма, формирование понятного пользователям социальных сетей обзора ранее непопулярных туристских направлений. К сожалению, в общем доступе не удалось найти официальную статистику данного проекта. Но контент-анализ социальных сетей участников проекта показал невысокое количество лайков, комментариев и просмотров видеороликов, связанных с блог-туром «Россия – страна возможностей». К примеру, в 2021 г. по специальному хэштегу #блогтурPCB в социальной сети Instagram (запрещена на территории РФ в 2022 г.) наиболее популярный пост набрал 667 лайков, а наиболее популярное видео reels 3 788 просмотров. Количество просмотров постов финалистов-участников блог-тура в социальной сети VK составляло 10–12 тыс. При таких показателях говорить о серьёзной поддержке туриндустрии со стороны данного проекта в социальных сетях говорить не приходится.

По данным Всемирной туристской организации больше 30 % туристов путешествуя, публикуют в своих социальных сетях контент, связанный с путешествием [3]. При этом они оставляют геометки, хэштеги и отмечают аккаунты предприятий туриндустрии. Это даёт предприятиям возможность анализировать пользовательский контент на предмет:

- нахождения «болей» целевой аудитории путешественников, что помогает качественно настроить рекламу;
- нахождения основных конкурентов и анализа их преимуществ (отзывы);
- выявления собственных преимуществ и недостатков компании;
- выявления моды на те или иные туристские направления или услуги, что помогает отслеживать тенденции, приносящие доход.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что социальные сети становятся прочно утвердившимся направлением деятельности предприятий туристической индустрии в качестве инструмента продвижения услуг, их адресного таргетирования, а также одним из источников получения информации для стратегического анализа и позиционирования предприятия.

Список литературы

1. Амет-устаева Д.М. Социальные сети как инструмент продвижения туристической услуги // Молодой учёный. – 2019. – № 16(254). – С. 159-161.
2. Богомазова И.В., Климова Т.Б. Туризм в эпоху социальных сетей: картинка или реальность? // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. – Т. 8. – № 3. – С. 3-14.
3. UNWTO. – URL: www.unwto.org (дата обращения: 15.09.2022).
4. Медиаскоп. – URL: <https://mediascope.net/> (дата обращения: 15.09.2022).

© Сыркова И.С., 2022

УДК 502

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕАЛИЗАЦИОНАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «КУЛЬТУРА»

Тютюнова А.М.
студент,

Сибирский государственный университет
науки и технологии им. М.Ф. Решетнева

Мельничук А.А.
кандидат педагогических наук, доцент
кафедры ФКиЗ, Сибирский государственный университет
науки и технологии им. М.Ф. Решетнева

Знакомство с культурой человек начинает ещё с детства из рассказов родителей и близких. Пополнение полученных знаний происходит на школьной скамье, а чёткую картину культуры собственной страны и собственного народа человек получает уже в более взрослом, осознанном возрасте. Для дальнейшего расширения своего кругозора человек стремится путешествовать, видеть мир с разных сторон, познавать иностранную культуру, так как у каждого государства есть своя уникальная особенность. Тысячи туристов

ежегодно путешествуют в разные точки земного шара и наш сибирский край не стал исключением. В данной статье речь пойдёт о туризме и его влиянии на культуру. В качестве примера взята Универсиада 2019 года, которая проходила в городе Красноярске.

Ключевые слова: туризм, универсиада, туристы, объекты реконструкции, ледовый дворец, спорт.

Всемирная универсиада – это действительно важное событие в жизни спортивного мира и очень здорово, что в 2019 г. выбор пал на наш город Красноярск. Ранее зимние универсиады ни в СССР, ни в России не проводились.

Итак, самой главной задачей была подготовка города к такому большому количеству туристов, которые должны были со всего мира приехать к нам, чтобы бороться за медали универсиады. В объекты Универсиады вошли тридцать четыре объекта, которые впоследствии, при подготовке были подвергнуты реставрации.

Например, реставрации был подвергнут Центральный стадион Красноярского училища олимпийского резерва. Впервые его открытие состоялось в 1967 г. и, конечно, для того, чтобы провести универсиаду на достойном уровне уже в 2019 г. с комфортом и всеми возможными мерами безопасности требовалась реставрация стадиона.

6 апреля 2017 г. Главгосэкспертиза России одобрила проект реконструкции стадиона. Одобренный проект предусматривал реставрацию арены и вспомогательных объектов, относящихся к ней, усиление технических конструкций, перепланировку и отделку внутренних помещений, а также – в соответствии с требованиями норм противопожарной безопасности – замену всех посадочных мест. В рамках реализации проекта планировалось отремонтировать мачты электроосвещения стадиона и благоустроить прилегающую территорию. В целях предотвращения угрозы террористических актов на объекте установлены современные средства антитеррористической защиты.

Общая вместимость трибун на время проведения Универсиады составила 12 000 мест, при последующей эксплуатации – 15 000. При этом на стадионе обустроены две трибуны, предназначенные для людей с ограниченными физическими возможностями.

По итогу мы имеем сейчас хороший, комфортный, полностью безопасный стадион, где продуманы все детали, начиная от вместимости людей, заканчивая наличием мест для людей с ограниченными возможностями. То есть, большое количество туристов, прибывших к нам, способствовало внедрению новых функций в работу стадиона. Это прямой пример того, как туризм влияет на культуру. Теперь жители Красноярска могут прийти на матчи команды «Енисей» и чувствовать себя максимально комфортно.

Также представлен новый спортивный ледовый дворец «Кристалл-арена», который был построен к дате проведения всемирных игр. Его открытие состоялось в 2018 г. На арене прошли соревнования по хоккею с шайбой. В марте 2019 г. именно здесь студенческая сборная России победила в финале Словакию и завоевала золотые медали. В данный момент в ледовом дворце открыто большое количество секций для детей и взрослых: можно вступить в школу по дзюдо, хоккею с шайбой, либо по фигурному катанию, а также для массового катания на коньках.

Конечно, стоит сказать о Сибирском федеральном университете, который также входил в объекты универсиады и точно также, как и другие сооружения был реставрирован.

Для организации XXIX Всемирной зимней Универсиады 2019 г. на территории кампуса Сибирского федерального университета возведены пять объектов: Многофункциональный комплекс, Сервис-холл, Медицинский центр, «Комплекс общежитий для студентов «Перья» и входящий в этот комплекс стадион «Политехник». Во время студенческих игр они составляли Деревню Универсиады, а после все построенные объекты остались студентам СФУ в качестве наследия.

«Комплекс общежитий для студентов «Перья» состоит из трёх 17-этажных зданий с подземной парковкой, а также кафе, магазином, парикмахерской, тренажёрным залом и залом для настольных игр. В комплексе насчитывается 675 квартир общей вместимостью 1 344 человека. Комплекс также включает учебно-административный блок со столовой, спортивным и актовым залами и вспомогательными помещениями. Рядом с «Перьями» в районе Студгородка высажены 820 деревьев и кустарников.

К Играм во всех общежитиях квартирного типа, где проживали студенты и волонтеры, был сделан ремонт, для каждой квартиры были приобретены: новые холодильник, стиральная машина, электропечь, кровати, шкаф, письменный стол и стулья, а также кухонный гарнитур – всё это осталось студентам. Стоит добавить, что с вводом новых общежитий, построенных в рамках подготовки к Универсиаде-2019, жилой фонд общежитий составит 12,5 тыс. мест.

Это ярко выраженный пример как туризм способствовал развитию крупнейшего университета Красноярского края. Теперь студенты живут в общежитиях квартирного типа, посещают различные спортивные секции на базе университета.

В данной статье на чётком примере отражено прогрессивное влияние туризма на культуру. Универсиада – это интернациональное соревнование, посвящённое зимним видам спорта. Молодые иностранные спортсмены приезжают показать себя и свои спортивные возможности, а в качестве поддержки их сопровождают фанаты и болельщики. Для такого крупного события было реставрировано множество спортивных



объектов, а некоторые создавались с нуля. Конечно, Универсиада 2019 г. прошла, но именно то, что от неё осталось, служит и сейчас во благо культуры Красноярска. Жителям города теперь не приходится задаваться такими вопросами как: «Куда пойти на выходных?», «Где можно хорошо провести время?», «В какую спортивную секцию записать ребенка?». По результатам опроса, который проводился среди горожан, наблюдается рост посещаемости спортивных комплексов и арен, где проводилась Универсиада. Также повысился уровень комфортности пребывания в выше сказанных местах. Данные спортивные объекты не только повысили интерес горожан к спортивным мероприятиям, но и стали культурным наследием Красноярска и региона в целом. После проведения соревнований в городе Красноярске сформировалась спортивная современная инфраструктура, которая соответствует международным стандартам. Построенные спортивные объекты предназначены не только для тренировок профессиональных спортсменов и проведения соревнований, они сыграют большую роль в развитии детско-юношеского и студенческого спорта. В городе планируют открыть на их базе новые отделения спортшкол по биатлону, лыжным гонкам, баскетболу, сноуборду, волейболу, спортивному ориентированию и лёгкой атлетики. Также ко всему прочему в городе к Универсиаде отремонтировали автомагистрали, в том числе дорогу до аэропорта, построили новую развязку в Октябрьском районе, обновили освещение автодорог, озеленили улицы, смонтировали красивую и современную подсветку мостов и зданий. Для городских и межмуниципальных маршрутов закуплены новые автобусы. К Универсиаде построили новый аэропорт, который соответствует всем международным требованиям. Все построенные и реконструированные объекты будут работать ни один год на благо жителей города. Универсиада и большое количество туристов, посетивших нашу страну внесли как никогда огромный вклад в развитие культуры Красноярского края.

Список литературы

1. Красноярск [Электронный ресурс] // Википедия: Свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Зимняя_Универсиада_2019 (дата обращения: 23.09.2022).
2. Goroshevskiy A.N. MODERN TOOLS TO PROMOTE THE BRAND OF KRASNOYARSK WINTER UNIVERSIADE – 2019 // Молодёжь. Общество. Современная наука, техника и инновации. – 2020. – № 19. – С. 106-108.
3. Атнабаев И.Р., Овчинников Ю.Д. Парк Универсиады-2019. Историко-культурный проект // Вестник спортивной истории. 2019. – № 3(18). – С. 45-52.
4. Деменкова В.С., Гибадуллина И.Р. Развитие города Красноярска после Всемирной Зимней универсиады-2019 // География и геоэкология на службе науки и инновационного образования. – 2021. – С. 213-215.
5. Зотин В.В., Добрынина Е.М. Тенденции развития студенческого спорта в России: сборник трудов II Международной научно-практической интернет-конференции «Здоровьесбережение как инновационный аспект современного образования». – СПб., 2021. – С. 519-525.

6. Носонова А.С., Дунаева О.Ю. Что получил Красноярск от проведения XXIX Всемирной Зимней универсиады-2019? // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2019. – № 1-2. – С. 205-207.

© Тютюнова А.М., Мельничук А.А., 2022

УДК 338.48; 338.26; 338.28

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА» И ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Удалых С.К.

кандидат экономических наук, доцент,
заместитель руководителя ИРО РАЕН

Рассматриваются вопросы реализации национальных проектов, в т. ч. проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», взаимосвязь и взаимовлияние национальных проектов, недостатки и упущения их реализации. Исследуются проблемы достижения сбалансированности развития российской экономики. Предлагаются некоторые меры по созданию в стране Госплана и разработке общероссийского долгосрочного комплексного плана развития страны с интегрированием в этот план национальных проектов.

Ключевые слова: национальные проекты; туризм и индустрия гостеприимства; планирование; балансовый метод; государственный план

Эффективными инструментами достижения задач и целей страны являются государственные планы, программы, стратегии развития России, наиболее значительные направления реализации которых выделены в национальные проекты. Перечень национальных проектов, их стратегические задачи и цели изложены в двух Указах Президента РФ [1, 2]. Все национальные проекты, в т. ч. «Туризм и индустрия гостеприимства» тесно взаимосвязаны и взаимозависимы между собой. Выполнение этих проектов должно привести к прорывному развитию экономики и резкому повышению уровня жизни населения. В ходе реализации проектов отмечаются упущения и недостатки. При этом выявляется необходимость достижения сбалансированности российской экономики и социальной сферы путем интегрирования национальных проектов и других долгосрочных программ, и проектов в единый государственный, или общенародный план развития страны.

Для реализации национальных проектов в течение 6 лет (2019–2024 гг.) первоначально было намечено освоить огромные средства – 25,7 трлн руб. По оценкам экспертов, такой суммарный бюджет к концу срока реализации проектов может возрасти до 28–30 трлн руб. Структура национальных

проектов предполагает трёхуровневую систему менеджмента, т. е. с начала 2019 г. была «запущена» вертикальная схема управления процессом реализации проектов. Для этого вместе с национальными проектами (верхний уровень) сформированы свыше 80 федеральных проектов (средний уровень), т. е. под каждый национальный проект создано несколько федеральных проектов. В свою очередь регионы страны включились в реализацию национальных и федеральных проектов путём создания и осуществления своих региональных проектов (третий уровень). Для успешной разработки национальных, федеральных и региональных проектов была создана соответствующая организационно-распорядительная и нормативная база, включающая ряд документов; некоторые основные из них следующие: Единый план по достижению национальных целей развития РФ на период до 2024 г. [3]; Методические указания по разработке национальных проектов [4, 5]; Постановление Правительства РФ об организации проектной деятельности [6]; Методические рекомендации по организации проектной деятельности в федеральных органах исполнительной власти [7] и др.

Правительством РФ сформирована функционально-организационная структура подготовки и реализации национальных проектов. Так, созданы: Проектный офис Правительства РФ, Ведомственные проектные офисы (в составе министерств), Проектные офисы субъектов Федерации, Совет при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, Проектные комитеты, Рабочие группы, Центр компетенций проектной деятельности; определены также ответственные лица – Руководители, Администраторы и Кураторы национальных и федеральных проектов, общественно-экспертные советы. В общей системе управления национальными проектами создана подсистема мониторинга и надзора: так, Счётная палата России для отслеживания исполнения национальных проектов разработала специальный Онлайн-сервис [8]. В целях недопущения срыва исполнения национальных проектов в Генпрокуратуре РФ созданы Межведомственная рабочая группа и экспертные подгруппы по каждому национальному проекту. Для проведения информационной, рекламной и разъяснительной работы о ходе реализации национальных и федеральных проектов организована деятельность ряда национальных интернет-порталов и информационных платформ; с конца 2019 г. начал работу специальный портал «Будущее России. Национальные проекты» [9].

В национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» (сроки реализации 01.01.2021 г. – 31.12.2024 г.) входят три проекта: развитие туристской инфраструктуры; повышение доступности туристских услуг;



совершенствование управления в сфере туризма» [9]. За ход реализации и достижение целей и целевых показателей проекта ответственны следующие лица: Куратор национального проекта – Чернышенко Д.Н., заместитель Председателя Правительства РФ; Руководитель национального проекта – Догузова З.В., руководитель Федерального агентства по туризму; Администратор национального проекта – Прокуронов Г.В., заместитель руководителя Федерального агентства по туризму. В последнее десятилетие и, особенно, с 2021 г. в рамках реализации Федерального закона о туристской деятельности и национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» отмечается возрождение российского туристского дела и превращения его в современную индустриальную отрасль. Для прорывного развития туризма была применена, по нашему мнению, креативная технология комплексного таргетирования. Содержание подобного подхода состояло в заблаговременном формировании административной, законодательной, стратегической, финансовой и информационной основы; в такую основу входят следующие основные элементы:

- создание государственного административно-организационного центра (Федеральное агентство по туризму – «Ростуризм»);
- создание ведущей законодательной базы (действующий Федеральный закон о туристской деятельности и разработанный проект нового более совершенного Федерального закона развития этой отрасли);
- принятие пакета государственных стратегических документов (национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», «Стратегия развития туризма до 2035 года», Государственная программа «Развитие туризма до 2030 года», региональные программы развития туризма);
- создание инвестиционно-финансового федерального центра (корпорация «Туризм.РФ»);
- формирование комплексной информационно-цифровой базы (Единые федеральные реестры туроператоров, турагентств, экскурсоводов-гидов и гидов-переводчиков, объектов туристической индустрии для применения нулевой ставки НДС, Единая информационная система «Электронная путевка»);
- организация поддержки делового сообщества (Комиссии по развитию туристской деятельности в Торгово-промышленной палате России, Российском союзе промышленников и предпринимателей, объединении «Опора России»);
- освоение природных ресурсов и планомерное развитие объектов инфраструктуры отрасли (гостиницы, курорты, транспорт, музеи, связь, здравоохранение, образование и пр.);



– назначение особого куратора, ответственного за развитие туристской индустрии в стране из числа заместителей Председателя Правительства РФ.

В итоге такого комплексного таргетирования в этой сфере отмечается устранение системных проблем и наблюдаются положительные изменения. Полезные результаты, полученные при исследовании технологии взрывного возрождения российского туристского дела, могут быть успешно использованы при создании современной выставочной и конгрессной индустрий, отрасли капитального ремонта жилья, лесопромышленного комплекса, газификации регионов, строительной инфраструктуры, культуры, образования, науки и др.

В ходе разработки национальных проектов и по истечению четырёх лет (2019–2022 гг.) их реализации выявились, по мнению автора, некоторые следующие системные недостатки и упущения:

- при определении целевых показателей не применялись методы сбалансированного и взаимосвязанного развития отраслей и хозяйственных комплексов;
- не использование при разработках национальных проектов экономико-математических методов планирования и прогнозирования;
- в национальных проектах отсутствуют расчёты потребности в основных материальных ресурсах;
- недостатком системы реализации национальных проектов является «кустарный подход», в т. ч. большой объём рутинной ручной плановой и отчётной работы;
- слабым местом является кадровое обеспечение процессов реализации национальных проектов (современные менеджеры-бакалавры не владеют знаниями теории и практики планирования экономики);
- отсутствие в ряде регионов местной строительной базы создает риски срыва достижения целей и показателей национальных и федеральных проектов;
- система управления проектами оценивается как громоздкая и неэффективно дублирующая функции разных уровней управления;
- взаимодействие между федеральными и региональными органами власти по реализации национальных проектов находится на низком уровне;
- освоение финансовых средств на реализацию некоторых национальных проектов происходит с отставанием; часть проектов будет реализована на два-три года позднее, чем планировалось ранее.

В системе экономических законов особое место занимает закон сбалансированного развития государства и его отдельных территорий, который предполагает соблюдение принципиальных пропорций (количественных,

качественных и пространственных) между отдельными сырьевыми, производственными, хозяйственными и социальными блоками. Эти пропорции не случайные и не субъективные; являются объективными, органически необходимыми, тесно связанные между собой и глубоко закономерные. Соблюдение пропорций не означает, что необходимо возвращаться к старым (советским) методам установления твёрдых и прямых плановых заданий «сверху до низу» и к прошлой системе подробной отчетности («снизу до верху»). Соблюдение пропорций означает, что для нормального развития государства необходимо соизмерение долговременных возможностей (сырьевых, промышленных, сельскохозяйственных, социальных и др.) с суммарными потребностями (набор основных целевых показателей) населения экономики и страны.

Существует тесная и органичная взаимосвязь конкретного проекта со всеми остальными национальными проектами. Проект «Туризм и индустрия гостеприимства» имеет прямые связи, например, с проектами «Экология», «Демография», «Здравоохранение», «Образование», «Культура» и др.; происходит взаимное влияние туризма и почти всех национальных проектов. Конкретная турфирма имеет производственные, коммерческие и другие важные связи с десятками и даже сотнями различных субъектов хозяйствования. Принимаемые решения и происходящие процессы в одном проекте дают определённую «реакцию» в других проектах. Необходимость учёта взаимного влияния проектов вытекает из сущности национальной экономики, которая, несмотря на то, что её объекты размещены на большой территории и как бы разобщены, она является единым хозяйством государства независимо от форм собственности её составляющих. Для учёта и использования таких взаимоувязанных изменений в отраслях и производствах советскими учёными-экономистами несколько десятилетий тому назад был разработан уникальный метод – «межотраслевой баланс». Смысл этого метода состоит в том, что все отрасли и производства в силу единства естественного мира и его законов находятся в определённых объективных и относительно жёстких пропорциональных соотношениях и связях.

Рекомендуется включение национальных проектов в общий план развития национальной экономики и социальной сферы на 5 и 10 лет. В последние три десятка лет не было и сейчас также нет, например, пятилетнего и долгосрочного единого плана России. Сейчас возникла объективная необходимость и потребность в новом «Госплане», т. е. в единой организационной структуре и в едином плане развития страны. Название этой структуры может быть и другим: Хозплан, Нацплан, Экономсоцплан и т. д. Все последние события прямо «подталкивают»



общество к введению в стране общехозяйственного планирования и созданию для этого специального единого органа под названием Госплан. Эти события такие: реализация Федерального закона о стратегическом планировании [10], Федеральных законов о бюджете страны на три года вперед и комплекса национальных проектов; необходимость соединения в единое «русло» десятков Стратегий и Концепций развития разных отраслей на 10, 15 и 20 лет вперед; обсуждения в Государственной Думе РФ на круглых столах вопроса «Законодательное обеспечение введения государственного планирования в Российской Федерации» и др. К важным событиям, рождающих новые условия для возрождения Госплана, относится создание некоторой первичной нормативно-законодательной базы: Постановление Правительства РФ об организации проектной деятельности (создание «сверху до низу» проектных офисов – прообраза элементов «Госплана» и территориальных плановых структур), Указы Президента РФ о национальных целях. В связи с реализацией национальных и федеральных проектов в стране фактически началось и далее расширяется использование некоторых приёмов и элементов командно-административной экономики, т. е. объективно возрождаются методы деятельности бывшего Госплана; речь идёт о внедряемой в 2018–2022 гг. системе назначения (утверждения) регионам «сверху» (от Правительства РФ и отраслевых министерств) целевых показателей национальных и федеральных проектов;

В случае принятия решения о введении единого планирования экономики и социальной сферы всем уровням федерального, регионального, муниципального и первичного менеджмента необходимо иметь представление о возникающих нижеследующих особенностях ситуации с созданием Госплана:

- воссозданный Госплан будет совершенно другого формата, с другими подходами и приёмами, учитывающими реалии, т. е. то, что Россия находится в рыночных условиях;

- необходим комплексный научный анализ ошибок и недостатков деятельности прошлого Госплана (низкая гибкость решений, недостаточный учёт и использование достижений научно-технического прогресса, недостаточная сбалансированность планов разного уровня и пр.);

- в новом Госплане ожидается существенное ускорение, упрощение и повышение качества работы в связи с относительно высоким уровнем компьютеризации и информационных технологий;

- при разработках единых планов развития страны в условиях сплошной цифровизации общества появляются новые возможности для открытости и прозрачности плановых решений;

– новые формы и методы планирования потребуют новых специалистов (привлечение на работу в органы Госплана лучших кадров на основе общероссийских конкурсов; введение в экономических вузах дисциплин по планированию и прогнозированию экономики и бизнеса);

– воссоздание Госплана не должно сопровождаться массовой национализацией акционерных предприятий с целью упрощения системы государственного планирования; в будущей «госплановой» ситуации необходимы новые уникальные методы включения деятельности сотен и тысяч самостоятельных предприятий в государственные планы регионов и страны.

При воссоздании Госплана менеджменту необходимо учитывать трудности разного масштаба; некоторые из них следующие:

– преодоление общественного, информационного и бытового противодействия, представления о якобы ненужности возрождения «советского» общероссийского национального планирования;

– большинство предприятий приватизированы и работают вне прямого государственного влияния; поэтому необходима реализация механизма тесного соединения интересов территорий, государственных и коммерческих предприятий.

Воссоздание Госплана потребует решения ряда важных задач:

– разработка современной теории состава, роли и значения основных хозяйственных пропорций эффективного социально-экономического развития государства и его ведущих межотраслевых балансов, а также практических экономико-математических методов исчисления этих пропорций и балансов. Разработка методологии и приёмов увязки уровня развития этих пропорций и балансов с реализацией национальных проектов;

– разработка теории и практики реализации методов экономико-организационного объединения интересов государственных, частных, коллективных и других коммерческих предприятий, и организаций для решения общих задач, и достижения единых целей и целевых показателей;

– разработка Концепции нового Госплана страны: научное обоснование общероссийского «штаба», прогнозирующего, планирующего и координирующего развитие основных социально-экономических пропорций и межотраслевых балансов государства, его ведущих блоков и регионов; методы планирования и координации; система взаимоотношений с федеральными министерствами и ведомствами, субъектами Федерации, государственными корпорациями и негосударственными коммерческими организациями и пр.;

– принятие отдельного Федерального закона о Госплане России.

В заключении автором представляется следующая общая «формула» (технология) сбалансированного развития экономики и социальной сферы России с ведущим участием нового Госплана в современных условиях рыночного хозяйствования:



– Госплан не должен утверждать коммерческим хозяйствующим субъектам показатели деятельности как на год, так на другие периоды работы (3 года, 5 и более лет); главные задача и цель Госплана – это государственное регулирование макроэкономических пропорций, т. е. совместно с Росстатом разрабатывать и анализировать пропорции экономики и межотраслевые балансы (финансово-стоимостные, трудовые, материальные и другие ресурсы);

– совместно с министерствами, ведомствами, крупными корпорациями, научно-исследовательскими, проектными, аналитическими и другими организациями разрабатывать и применять в плановой работе укрупнённые нормативы потребности-расходования ведущих ресурсов (нефть, газ, уголь, электроэнергия, руда, металлы, жилье и прочие ресурсы);

– на основе стратегических задач и целевых показателей с использованием укрупнённых нормативов потребности-расходования ведущих ресурсов разрабатывать перспективные макроэкономические пропорции экономики и плановые межотраслевые балансы; указанные документы позволят спроектировать объёмы потребности-производства-расходования ведущих ресурсов по направлениям национальной экономики и отраслям хозяйствования (количества и объёмы будут иметь колебательный вид, характер «размаха», т. е. иметь показатели «от» и «до»);

– после этих этапов разрабатываются национальные проекты по отдельным направлениям с определением предварительных списков видов организаций по отраслям и видам продукции. Национальные проекты становятся органичной частью плана развития страны и рабочими документами для реализации пропорций в экономике и межотраслевых балансов.

Список литературы

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 02.09.2022).
2. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.: Указ президента РФ от 21.07.2020 г. № 474 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/page/63728> (дата обращения: 02.09.2022).
3. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года: Протокол Правительства РФ от 07.05.2019 г. № 4943п-П13 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/36606> (дата обращения: 02.09.2022).
4. Методические указания по разработке национальных проектов (программ): Протокол заседания Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам от 14.10.2019 г. №12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/38514> (дата обращения: 02.09.2022).
5. Методические указания по разработке национальных проектов (программ): Протокол Правительства РФ от 04.06.2018 г. № 4072п-Пб [Электронный ресурс]. – Режим

- доступа: <http://docs.cntd.ru/document/550517324> (дата обращения: 02.09.2022).
6. Об организации проектной деятельности в Правительстве РФ: Постановление Правительства РФ от 31.10.2018 г. № 1288 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/34523> (дата обращения: 02.09.2022).
7. Методические рекомендации по организации проектной деятельности в федеральных органах исполнительной власти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/31672> (дата обращения: 02.09.2022).
8. Счётная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ach.gov.ru> (дата обращения: 02.09.2022).
9. Национальный портал «Будущее России. Национальные проекты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futureussia.gov.ru> (дата обращения: 02.09.2022).
10. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70684666> (дата обращения: 02.09.2022).

© С.К. Удалых, 2022

УДК 796.351.711

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
«СПОРТ – НОРМА ЖИЗНИ»: ИССЛЕДОВАНИЕ
ВОВЛЕЧЁННОСТИ УФИМЦЕВ В ЗАНЯТИЯ
ФИЗКУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ**

Фаязов Э.Р.

Фитнесс-директор WorldClass, г. Уфа

В статье рассмотрен федеральный проект «Спорт – норма жизни», являющийся частью национального проекта «Демография». Автором представлены исследования, проведённые методом опроса, описывающие вовлечённость жителей города в занятия физической культуры и спорта

Ключевые слова: национальный проект, физкультура и спорт, национальные цели, опрос, проект, развитие, здоровый образ жизни.

Национальные проекты реализуются для достижения национальных целей, установленных Указом Президента и включающих обеспечение социально-экономического развития России, повышения уровня жизни, создания комфортных условий для их проживания и самореализации [4].

В настоящее время одной из приоритетных задач развития физической культуры и спорта является увеличение численности населения, систематически занимающегося физкультурой и спортом. Стартовавший 1 января 2019 г. проект «Спорт – норма жизни», определил новое направление развития физкультуры и спорта на последующие годы. Являясь частью национального проекта «Демография», данный проект должен привлечь к регулярным занятиям спортом и физической культурой 2024 г. 55 %, а к 2030 – до 70 % жителей России и тем самым повысить качество жизни.

Согласно опубликованным данным Министерства спорта России, доля граждан России в возрасте от 3 до 79 лет, систематически занимающихся физической культурой и спортом, по итогам 2020 г. составила 45,4 % по сравнению с плановыми 43 %. В Республике Башкортостан Доля граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом – 48,5 %, что представлено в таблице 1.

Таблица 1

**Доля граждан
Приволжского федерального округа, систематически
занимающихся физической культурой и спортом, %**

Объект административно-территориального деления	Значение показателя
Приволжский федеральный округ	46,7
Республика Башкортостан	48,5
Республика Марий Эл	46,8
Республика Мордовия	46,2
Республика Татарстан	51,3
Удмуртская Республика	43,2
Чувашская Республика	48,2
Пермский край	45,2
Кировская область	42
Нижегородская область	45,4
Оренбургская область	49,2
Пензенская область	48,9
Самарская область	45,4
Саратовская область	41,2
Ульяновская область	47,9

С каждым годом растёт количество граждан России, регулярно занимающихся спортом, – сегодня их уже около 49,4 % [2].

В июне 2022 г. в г. Уфа нами был проведён пилотный экспресс-опрос методом анкетирования, с целью выявления отношения людей к спорту, способствующего формированию ценностей здорового образа жизни. В опросе приняли участие 397 человек (224 женщины и 173 мужчины) в возрасте от 18 до 60 лет. Респондентам были предложены следующие вопросы (включая вопросы про пол и возраст):

- Занимаетесь ли Вы физкультурой, спортом или нет? Если да, то как часто?

- Назовите, пожалуйста, основные причины, мешающие Вам систематически заниматься физической культурой, спортом?
- Каким видом спорта Вы занимаетесь?
- Какую цель преследуете, занимаясь физкультурой и спортом?
- Где чаще всего Вы занимаетесь спортом?
- Вы чаще занимаетесь спортом самостоятельно или с тренером (инструктором)?
- Как Вы полагаете, спортивных сооружений по месту Вашего жительства в настоящее время достаточно или недостаточно?
- Существующие по месту Вашего жительства условия для занятий физкультурой и спортом удовлетворяют или не удовлетворяют Ваши потребности?

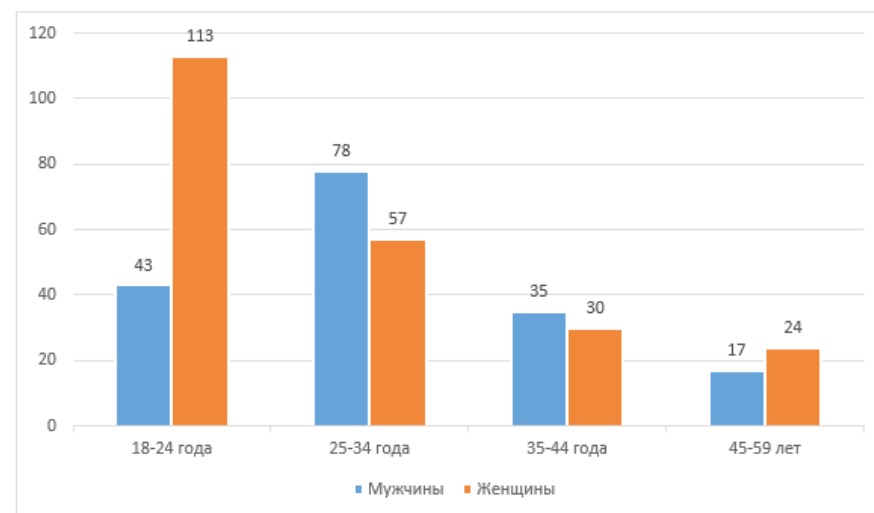


Рисунок 1 – Доля мужчин и женщин, принявших участие в опросе

В исследовании приняли участие 43 мужчины и 113 женщин в возрасте 18–24 года, 78 мужчин и 57 женщин в возрасте 25–34 года, 35 мужчин и 30 женщин в возрасте 35–44 г. и 17 мужчин и 24 женщины в возрасте 45–59 лет, что представлено на рисунке 1.

Чаще остальных – почти ежедневно занимаются физкультурой и спортом – 61 мужчины и 55 женщин, 1 раз в неделю – 42 мужчин и 65 женщины, 1–3 раза в месяц – 35 мужчин и 52 женщины, несколько раз в год – 20 мужчин и 19 женщин, практически никогда – 13 мужчин и 26 женщин, и 9 человек (2 мужчин и 7 женщин) затруднились дать ответ.



Главным препятствием на пути к занятиям спортом россияне называют отсутствие времени (36 %). Чаще об этой причине говорят 18–24-летние (42,8 %) и 25–34-летние (32,6 %). Немногие также сетуют на ограничения по здоровью (7,5 %), а 68 человек (17,6 %) утверждают, что занятия спортом им не нужны. Среди прочих барьеров – нехватка денег и силы воли (по 8,5 %).

Самым популярным видом физической активности среди респондентов оказался фитнес (им занимаются 25,8 % опрошенных), на втором месте по популярности – бег, спортивная ходьба и лёгкая атлетика (16,9 %), следующую позицию занимают плавание, катание на велосипедах, коньках и лыжах (по 10,1 %), силовыми тренировками и тяжёлой атлетикой – занимаются 34 мужчины и 11 женщин, волейболом и теннисом – 25 и 18, соответственно, боевыми искусствами и затруднились ответить – по 6,3 %, и 12 человек в возрасте 18–24 года, 11 в возрасте 25–34 года, 10 (35–44 года) и 5 (45–59 лет) указали, что лечебной физкультурой и самыми непопулярными видами спорта футболом и хоккеем занимаются 28 мужчин и 1 женщина.

26,4 % опрошенных на вопрос: «Какую цель преследуете, занимаясь физкультурой и спортом?» выбрали ответ – поддержать и укрепить здоровье, 23,3 % – сохранить, улучшить форму. 63 мужчины и 68 женщин занимаются физкультурой и спортом, чтобы улучшить настроение, получить удовольствие от занятий. 11 человек (в возрасте 18–24 года), 20 (в возрасте 25–34 года) занимаясь физкультурой и спортом преследуют цель – общение и встречи с друзьями и знакомыми.

Как показал опрос физкультурой и спортом чаще всего респонденты занимаются дома (41,7 %) и в фитнес-центре, тренажерном зале (41,2 %), на улице, на природе – 57 мужчин и 51 женщина, на оборудованных площадках – 17 человек (в возрасте 18–24 года), 14 человек (в возрасте 25–34 года), 8 и 5 (в возрасте 35–44 г. и 45–59 лет соответственно), 6 мужчин и 14 женщин затруднились дать ответ.

243 опрошенных (61,2 %) занимаются спортом самостоятельно, 20 мужчин и 48 женщин с инструктором или тренером, чередуют занятия (иногда самостоятельно, иногда с тренером) – 31 человек в возрасте 18–24 года, 16 человек в возрастной группе 25–34 года, 2 человека – 35–44 года, и 6 в возрасте 45–59 лет, и 7,8 % опрошенных затруднились дать ответ.

57,7 % респондентов отметили, что в настоящее время им недостаточно спортивных сооружений по месту их проживания; противоположный ответ, дали 63 мужчины и 68 женщин, затруднились дать ответ 17 человек в возрасте 18–24 лет, 11 в возрасте 25–34 года, и 6 и 3 в возрасте 35–44 г. и 45–59 лет, соответственно.

40,6 % опрошенных оценили удовлетворительными существующие по месту их проживания условия для занятий физкультурой и спортом, 76 мужчин и 120 женщин не удовлетворяют эти условия, и 10,1 % – затруднились дать ответ.

Занятия физкультурой и спортом – часть общего воспитания, направленная на укрепление здоровья, гармоническое развитие организма человека [3]. Физическая культура закладывает в человеке основы сознательного поведения, стремления к здоровому телу и духу.

Список литературы

1. ИМИСС – федеральная статистика. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/?ysclid=l6knwsq4fa190479273>.
2. Национальные проекты. Режим доступа: https://национальныепроекты.рф/projects/demografiya/sport_norma_zhizni?ysclid=l6knhfd443375246498.
3. Сабирова, З.Э. Современные технологии государственного и муниципального управления социальной сферой // Совершенствование системы государственного и муниципального управления в условиях реализации приоритетных национальных проектов в Российской Федерации: материалы Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием (к 100-летию Республики Башкортостан), Уфа, 25-26 апреля 2019 г. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2019. – С. 143-145.
4. Скрыбина Я.А., Сабирова З.Э. Национальный проект «здравоохранение»: региональный аспект // Интеграция и дифференциация науки и практики в контексте приоритетных парадигм развития цивилизации : мат-лы Национальной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 23-24 октября 2020 г. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 227-229.
5. Фаязов Э.Р. Обеспеченность населения объектами спорта // Молодёжная наука: труды XXV Международной студенческой научно-практической конференции. – Красноярск, 2021. – С. 183-187.

© Фаязов Э.Р., 2022

УДК 338.48:339.137.2

РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТУРИЗМА: РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ходаковская О.П.

*младший научный сотрудник
ФИЦ СНИЦ РАН*

Стратегическое управление реализацией национальных целей развития Российской Федерации до 2030 г. реализуется в рамках системы плановых документов, в которую входит Стандарт развития конкуренции. Регулирующие органы применяют цифровые инструменты информирования, а также сбор данных о состоянии конкуренции на региональных товарных рынках. В докладе рассчитаны и проанализированы тренды изменения мнений участников рынка о конкурентной среде на рынке туризма Краснодарского края, сделаны выводы о снижении деловой активности, удовлетворённости потребителей уровнем цен и качеством услуг на туристском рынке Краснодарского края, что связано с негативными внешними факторами.

Ключевые слова: конкуренция, региональный рынок туризма, Краснодарский край, стандарт развития конкуренции, цифровизация.

Стратегическое управление реализацией национальных целей развития Российской Федерации (РФ) до 2030 г. происходит в рамках системы интегрированных национальных и федеральных планов, программ и проектов, при этом все цели взаимосвязаны и взаимозависимы: достижение одной из целей невозможно без достижения других. Так, цель «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство» связана с целью «возможности для самореализации и развития талантов», с целью «цифровая трансформация» [1]. В конечном счете, все национальные цели служат социально-экономическому развитию нашей страны, экономическому росту, материальному и духовному благополучию граждан.

Для достижения национальных целей разработан ряд стратегических плановых инструментов, в частности, Национальный план развития конкуренции на 2021–2025 годы [2]. На региональном уровне управление развитием конкуренции реализуется через требования Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации [3] и разработанные на его основе планы мероприятий («дорожные карты») по содействию развитию конкуренции в регионах [4] и муниципальных образованиях [5].

Региональные и муниципальные органы власти определяют приоритетные товарные рынки для стимулирования и мониторинга конкурентной динамики, исходя из специализации региона, а также стратегических планов социально-экономического развития.

Управление развитием конкуренции на федеральном уровне осуществляет Министерство экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития), разрабатывая предложения по вопросам нормативно-правового регулирования в сфере развития конкуренции, обеспечивая деятельность Межведомственной рабочей группы (МРГ) по вопросам реализации положений Стандарта, организуя функционирование системы обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства [6]. С 2019 г. Минэкономразвития РФ осуществляет оценку субъектов Российской Федерации по уровню содействия развитию конкуренции и готовит доклад для Правительства РФ [7].

На региональном уровне обеспечение реализации положений Стандарта осуществляют административные органы субъектов РФ. Ежегодный доклад субъекта РФ о состоянии и развитии конкуренции на товарных рынках должен размещаться на официальном сайте уполномоченного органа в информационно-коммуникационной сети «Интернет», а информация о выполнении требований Стандарта – публиковаться на Интернет-портале об инвестиционной деятельности в субъекте Российской

Федерации. С 2015 г. до настоящего времени в каждом регионе РФ выполнено семь докладов по состоянию конкуренции, анализируя которые, исследователи могут вывести тренды изменения конкурентной среды и развития конкуренции на товарных рынках регионов [8].

Министерство экономики Краснодарского края организовало на собственном веб-сайте раздел «Развитие конкуренции» [9], содержащий правовые акты, методические материалы, документы. Здесь же на сайте, ежегодно, в конце осени проводят опрос (мониторинг) мнения предпринимателей и потребителей о конкурентной среде на рынках товаров и услуг, в котором могут принять участие все желающие, для чего размещают две электронные анкеты, со ссылками: одну для предпринимателей, а другую – для потребителей [10]. Затем, после подведения итогов, публикуются результаты, по годам. Мониторинг мнения предпринимателей и потребителей служит информационной базой для определения наиболее проблемных рынков и разработки мероприятий, необходимых для преодоления монополизма, содействия появлению новых хозяйствующих субъектов, оказания государственной поддержки малым и средним предприятиям, создания благоприятных условий ведения бизнеса в регионе.

Для Краснодарского края, имеющего мощный санаторно-курортный комплекс, одним из ведущих конкурентных рынков является рынок туризма. В перспективе Стратегией Краснодарского края планируется создать туристско-рекреационный кластер умной экономики на единой платформе сервисов [11]. Базой для формирования туристско-рекреационного кластера является разработка и внедрение региональной туристской технологической платформы – информационной системы, способной обеспечить эффективное сетевое взаимодействие между предприятиями, органами управления, туристами и населением региона, сконцентрировать информационные ресурсы по всем туристским услугам и компонентам регионального турпродукта, создать единый электронный маркетплейс, систему электронной торговли и маркетинга. Интегрированное стратегическое управление социально-экономическим развитием, развитием цифровой экономики, содействием конкуренции, нацелено на превращение туристского обслуживания и туристской деятельности в «умную», наукоёмкую экономическую деятельность.

В настоящем докладе рассмотрена динамика развития конкуренции на региональном рынке туризма Краснодарского края за последние три года. Необходимо отметить, что результаты опроса являются субъективными данными, они отражают личные точки зрения и мнения опрошенных предпринимателей и потребителей, а также их настроения. Поэтому данные мониторинга отражают качественное, но не количественное состояние конкурентной среды на региональном



рынке туризма. Для более точного анализа необходимо дополнительно привлекать данные статистики.

В рамках мониторинга выяснялось мнение предпринимателей о значимости факторов конкурентоспособности (рис. 1).



Рисунок 1 – Оценка предпринимателями туристической степени значимости факторов конкурентоспособности
Источник: разработано автором на основе [12]

За три года, с 2019 по 2021, более чем в четыре раза снизился приоритет высокого качества услуг, но всё ещё занимает лидирующее положение, набрав 15,7 % голосов (рис. 1). Почти не изменился процент респондентов, считающих важным фактором конкурентоспособности низкую цену, таковых около 8 %. Примерно в два раза повысилась значимость уникальности продукции, – с 2,5 % в 2019 году, до 5,2 % – в 2021 г. Примерно на прежнем уровне осталось количество опрошенных, считающих доверительные отношения с клиентами важным фактором конкурентоспособности, около 6 %. Зато выросла доля респондентов, считающих самым важным фактором – доверительные отношения с поставщиками, с

0,8 % до 5 %. Очень сильно, на несколько порядков, вырос процент затруднившихся ответить в 2020 – 17,8 %, и ещё в несколько раз, в 2021 г. – 52,6 %. Возможно, это может свидетельствовать о некоторой деловой дезориентации в кругах предпринимателей, в связи с последствиями, постигшими рынок туристических услуг из-за пандемии коронавируса.

В 2019 г. в опросниках появились новые пункты, в частности, о планировании предпринимателями мероприятий для расширения бизнеса, выхода на новые географические или продуктовые рынки (рис. 2).



Рисунок 2 – Планирование предпринимателями мероприятий для расширения бизнеса на рынке санаторно-курортных и туристских услуг
Источник: разработано автором на основе [12]

Более чем в два раза увеличилось количество респондентов, не планирующих расширять свой бизнес в ближайшие три года, с 23,8 % в 2020 г. до 52,2 % – в 2021 г. Также более чем в два раза снизилось количество планирующих выход на новые географические рынки – с 30,4 % до 14,3 %. Почти в три раза уменьшилось количество опрошенных, планирующих выход на новые продуктовые рынки, с 26 % до 9,5 %. Можно предположить, что на спад желания расширять свой бизнес, на снижение деловой активности оказали влияние негативные внешние факторы, – пандемия коронавируса и санкции.

Также в рамках мониторинга проводится опрос потребителей как конечных получателей услуг туристической индустрии (рис. 3).



Качество услуг на рынке санаторно-курортных и туристских услуг по мнению потребителей в %

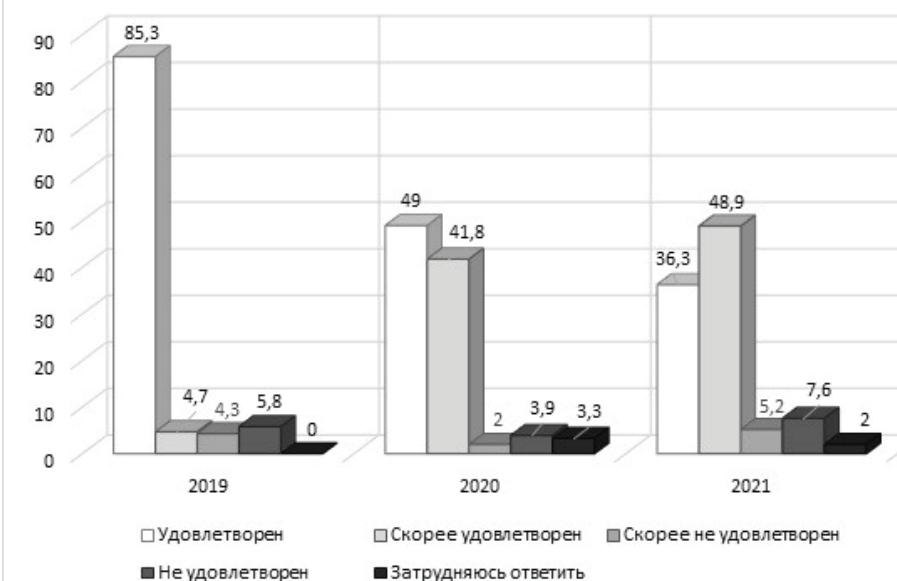


Рисунок 3 – Удовлетворённость потребителей качеством услуг на рынке санаторно-курортных и туристских услуг
Источник: разработано автором на основе [12].

Удовлетворённость потребителей, качеством услуг на санаторно-курортном рынке снизилась в течение трёх лет с 85,3 % в 2019 году, до 36,3 % – в 2021 г. Показатель «скорее удовлетворён» напротив вырос с 4,7 % в девятнадцатом году до 48,9 процентов – в 2021 г. Незначительно подрос показатель «скорее не удовлетворён», с 4,3 % в 2019 году до 5,2 % – в 2021 году. Также немного вырос показатель «не удовлетворён», с 5,8 % в 2019 году до 7,6 % – в 2021 г.

Последние два года региональные органы власти начали спрашивать потребителей про удовлетворённость уровнем цен на рынке санаторно-курортных и туристских услуг (рис. 4).

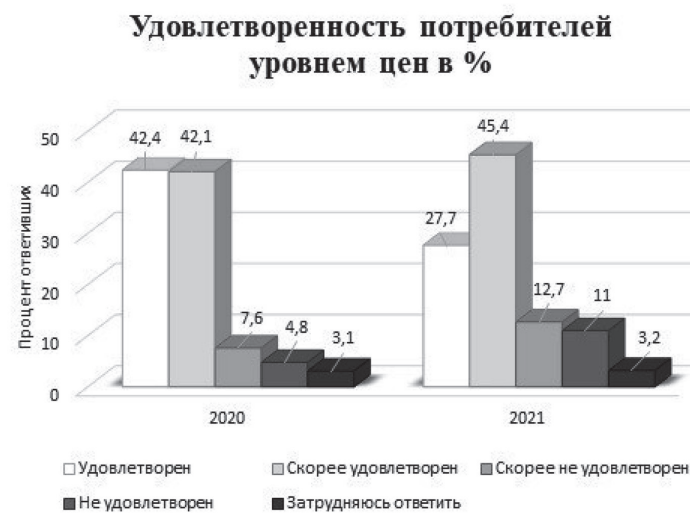


Рисунок 4 – Удовлетворённость потребителей уровнем цен на рынке санаторно-курортных и туристских услуг
Источник: разработано автором на основе [12].

Полная удовлетворённость потребителей заметно снижается с 42,4 % до 27,7 %, а частичная удовлетворённость немного растёт – с 42,1 % до 45,4 %. Здесь, также как и в предыдущем опросе, немного увеличился показатель «скорее не удовлетворён» – с 7,6 % до 12,7 %. А показатель «не удовлетворён» увеличился более чем в два раза, с 4,8 % до 11 %. В целом, опрос потребителей выявил наметившийся тренд к общему снижению удовлетворённости и уровнем цен, и качеством услуг на туристском рынке Краснодарского края.

Данные мониторинга конкуренции на рынке туризма Краснодарского края за эти годы показывают негативные тенденции. Если до пандемии предприниматели уверенно оценивали факторы конкуренции, то в прошлом году более половины опрошенных не знали, какие факторы важны, какую рыночную стратегию выбрать, и не планировали расширение бизнеса в ближайшие три года.

Опрос потребителей показал, что с 2019 по 2021 г. заметно снизилась удовлетворённость потребителей качеством услуг и уровнем цен на рынке туризма. Результаты мониторинга подтверждают наличие проблем, которые требуют решения в условиях цифровой экономики и которые отмечены в Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 г.:

- низкая глобальная конкурентоспособность такого ключевого экономического комплекса края, как туристско-рекреационный;
- системные проблемы в области развития человеческого капитала, низкая квалификация предпринимателей и менеджеров, которые слабо

разбираются в вопросах конкуренции;

– отсутствие региональной системы инноваций, которая могла бы помочь предприятиям туристической индустрии использовать цифровые технологии для развития бизнеса.

*Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СХЦ РАН FGRW-2022-0001 по теме
«Теоретико-методологические основы стратегического управления
инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»*

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 12.09.2020).
2. Национальный план («дорожная карта») развития конкуренции в Российской Федерации на 2021–2025 годы (в редакции Распоряжения Правительства Российской Федерации от 13.07.2022 № 1905-п). – URL: <http://government.ru/docs/all/136435/> (дата обращения: 12.09.2020).
3. Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации. Утверждён распоряжением Правительства Российской Федерации № 768-р от 17 апреля 2019 г. – URL: <http://government.ru/docs/36455/> (дата обращения: 12.09.2022).
4. План мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции в Краснодарском крае (в ред. Распоряжений главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 31.05.2022 № 192-р). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561648649> (дата обращения: 15.09.2022).
5. План мероприятий («дорожная карта») по содействию развитию конкуренции и по развитию конкурентной среды муниципального образования город-курорт Сочи. – URL: <https://sochi.ru/zhizn-goroda/ekonomika/standart-razvitiya-konkurentsii/dorozhnaya-karta/> (дата обращения: 15.09.2022).
6. Минэкономразвития РФ. Департамент конкуренции, энергоэффективности и экологии. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/razvitiye_konkurencii/ (дата обращения: 15.09.2022).
7. Минэкономразвития РФ: доклад об итогах реализации стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в 2020 году от 28.12.2021. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/doklad_ob_itozhah_realizacii_standarta_razvitiya_konkurencii_v_subektah_rossiyskoy_federacii_v_2020_godu.html (дата обращения: 20.09.2022).
8. Ходаковская О.П., Молчанова В.А. Тенденции развития конкуренции на региональном рынке туризма (на примере Краснодарского края Российской Федерации) // Экономика и предпринимательство, 2020. – № 4(117). – С. 545-552
9. Министерство экономики Краснодарского края. Развитие конкуренции. – URL: <https://neweconomy.krasnodar.ru/activity/razvitiye-konkurentsii> (дата обращения: 23.09.2022).
10. Министерство экономики Краснодарского края. Опросы. Ежегодный мониторинг состояния и развития конкуренции на товарных рынках Краснодарского края. – URL: <https://economy.krasnodar.ru/activity/oprosy/109399> (дата обращения: 23.09.2022).
11. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 г. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/550301926> (дата обращения: 23.09.2022).
12. Министерство экономики Краснодарского края. Результаты проведения мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках в Краснодарском крае за 2019 – 2021 гг. – URL: <https://neweconomy.krasnodar.ru/activity/razvitiye-konkurentsii/standart/monitoring-razv-konkurencii/53561> (дата обращения: 23.09.2022).

© О.П. Ходаковская, 2022

ИНТЕГРАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Чуваткин П.П.

*доктор экономических наук,
профессор, заведующий лабораторией
экономических исследований,
главный научный сотрудник,
ФИЦ СНГ РАН*

Горбатова А.А.

*младший научный сотрудник
лаборатории экономических исследований,
ФИЦ СНГ РАН*

В статье рассмотрены вопросы повышения эффективности достижения целей национальных проектов посредством их интеграции. В частности, определены векторы взаимного влияния развития туризма и индустрии гостеприимства на достижение национальных целей развития и реализации национальных проектов. Проведена экспертная оценка с целью выявления характера влияния туризма на результаты национальных проектов.

Ключевые слова: национальные проекты, общенациональные цели развития, свойство эмерджентности, синергетический эффект, сфера туризма.

В июле 2020 г. Президентом России были определены национальные цели развития Российской Федерации на период до 2030 года, такие как сохранение населения, здоровье и благополучие людей; возможности для самореализации и развития талантов; комфортная и безопасная среда для жизни; достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; цифровая трансформация, ключевым инструментом достижения которых является успешная реализация комплекса национальных проектов.

При этом необходимым условием получения позитивного эффекта реализации национальных проектов является синхронизация подходов к взаимодействию между ними, что, в свою очередь, будет способствовать проявлению свойства эмерджентности при их интеграции.

Рассмотрим возможности реализации данного подхода на примере туристской сферы. В данном контексте она может рассматриваться в качестве инструмента усиления синергетического эффекта от интеграции таких национальных проектов, как «Туризм и индустрия гостеприимства», «Демография», «Здравоохранение», «Образование», «Культура», «Экология», «Наука и университеты» и пр.



С целью определения характера взаимного влияния сферы туризма и национальных проектов методом экспертных оценок в 2022 году в г. Сочи было проведено ранжирование национальных проектов по степени их взаимного влияния на туризм и индустрию гостеприимства.

В состав экспертной группы вошли специалисты туристской отрасли, представители высших учебных заведений, административных структур, компетентных органов власти, учёные-исследователи с высоким уровнем профессиональной подготовки в количестве 86 человек.

На первом этапе экспертной группе было предложено ранжировать национальные проекты по степени влияния развития туристской сферы на их результаты, присвоив каждому национальному проекту сумму баллов от 0 до 100, где 100 соответствует максимальному значению степени влияния. Итоги балльной оценки с учётом полученных средних значений по каждому национальному проекту отражены на рисунке 1.

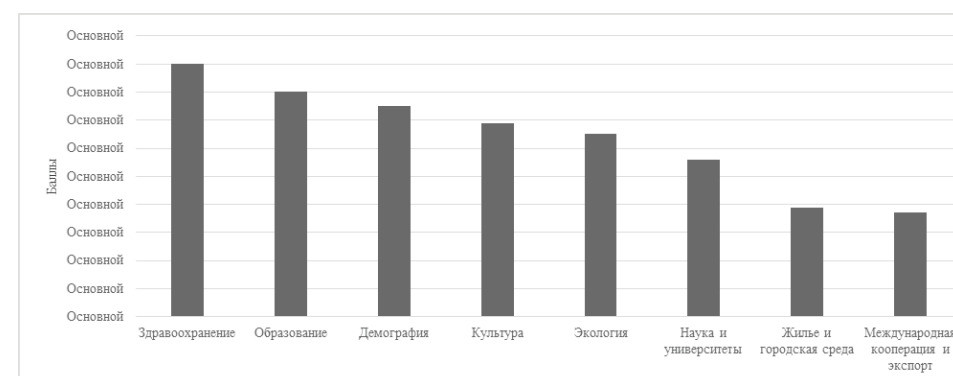


Рисунок 1 – Результаты балльной оценки влияния туризма на результаты национальных проектов

Наиболее существенное влияние, по мнению экспертов, развитие туристской сферы оказывает на национальные проекты: «Здравоохранение», «Образование», «Демография», «Культура», «Экология», «Наука и университеты», «Жильё и городская среда», «Международная кооперация и экспорт».

Далее экспертам было предложено схожим образом ранжировать перечень национальных проектов по степени значимости их влияния на реализацию национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Результаты ранжирования представлены на рисунке 2.

По мнению экспертной группы, наибольшее влияние на реализацию национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» оказывают национальные проекты: «Цифровая экономика», «Образование»,

«Безопасные качественные дороги», «Наука и университеты», «Малое и среднее предпринимательство», «Здравоохранение», «Жильё и городская среда», «Демография».

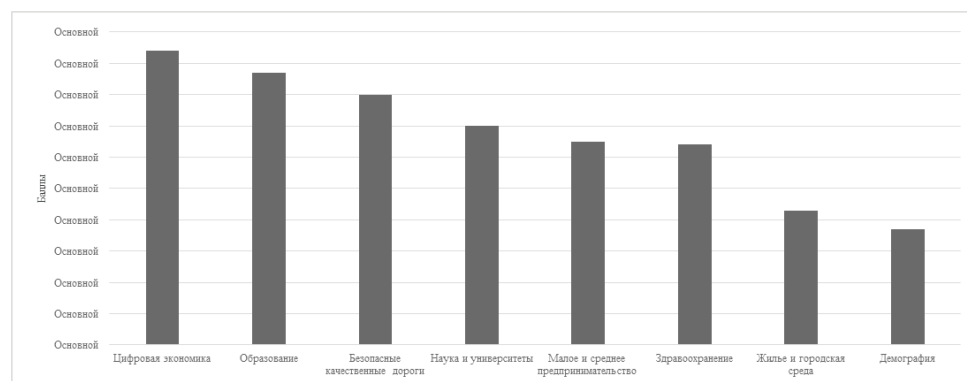


Рисунок 2 – Балльная оценка влияния национальных проектов на национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»

Рассмотрим, каким образом может проявиться свойство эмерджентности при взаимодействии национальных проектов и туристской сферы.

Реализация национального проекта «Здравоохранение» предполагает обеспечение медицинских учреждений квалифицированными кадрами, борьбу с онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями, развитие детского здравоохранения и развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи. Однако рассматриваемый проект не ставит перед собой задачу развития системы санаторно-курортного лечения для нуждающихся граждан, которая видится особенно актуальной в рамках обеспечения оздоровления населения и повышения общей продолжительности жизни.

В действующей программно-целевой документации сферы здравоохранения всё ещё остаётся незатронутым ряд вопросов, связанных с совершенствованием развитием системы предоставления льготных туристских услуг и комплексного развития санаторно-курортного туризма, что может способствовать достижению целевых показателей проекта, в том числе достижению оптимальной доступности медицинских услуг для населения, снижению уровня смертности; совершенствованию организационного и институционального механизма взаимодействия государства, общества и личности по вопросам интеграции их интересов в процесс предоставления льготных санаторно-курортных услуг социально незащищённым слоям населения в рамках концепции устойчивого социально-экономического развития; аккумуляции

финансово-кредитных, экономических, административных, информационных ресурсов для развития системы льготирования санаторно-курортных услуг; привлечению внимания общества, государственных структур и предприятий туристской направленности ко значимости развития отдельных видов социально значимого туризма для решения стратегически важных социально-экономических задач.

В связи с этим, целесообразно включить в паспорт национального проекта «Здравоохранение» целевые показатели, отражающие профилактику заболеваний и реабилитацию граждан с использованием санаторно-курортных ресурсов, что будет способствовать достижению общенациональной цели по сохранению населения, здоровья и благополучия людей, обозначенной президентом Российской Федерации в Указе о национальных целях развития России до 2030 г. Следует также отметить необходимость обеспечения использования бальнеологических ресурсов Российской Федерации для оздоровления населения, сохранения материально-технической базы бальнеологических комплексов и лечебниц, предназначенных для эксплуатации лечебных ресурсов в санаторно-курортной и оздоровительной деятельности.

Рассматривая национальный проект «Образование», следует отметить, что развитие туристской сферы может содействовать процессу воспитания гармонично развитой и социально ответственной личности, поддержке семей с детьми, реализации талантов. В свою очередь, реализация данного национального проекта с учётом необходимости повышения информированности потенциальных туристов и вовлечённости образовательных организаций в развитие образовательного туризма посредством организации студенческих обменов и образовательных туров для обучающихся с привлечением разнообразных туристских ресурсов окажет положительное воздействие на уровень доступности туристских услуг для студентов и учащихся.

Немаловажное значение при повышении синергетического эффекта взаимного влияния сферы туризма и национальных проектов имеет необходимость обеспечения высокого уровня транспортной доступности туристских дестинаций, который может быть достигнут в рамках реализации национального проекта «Безопасные качественные дороги». Являясь одним из ключевых факторов увеличения спроса на туристские услуги, транспортная доступность для многих граждан ограничивается ввиду высоких цен на транспорт из-за удалённости территории проживания и несовершенства логистической системы. Достижение целевых показателей рассматриваемого национального проекта в части обеспечения безопасности дорожного движения, повышения качества

и расширения дорожной сети, применения новых технологий в дорожной отрасли позволит значительно повысить доступность туристских услуг для всех категорий граждан.

Интеграция национальных проектов «цифровая экономика» и «туризм и индустрия гостеприимства» позволит создать единую отраслевую цифровую платформу, которая создаст условия для непосредственной связи потребителей рекреационно-туристских услуг с производителями, сократить до минимума транзакционные издержки.

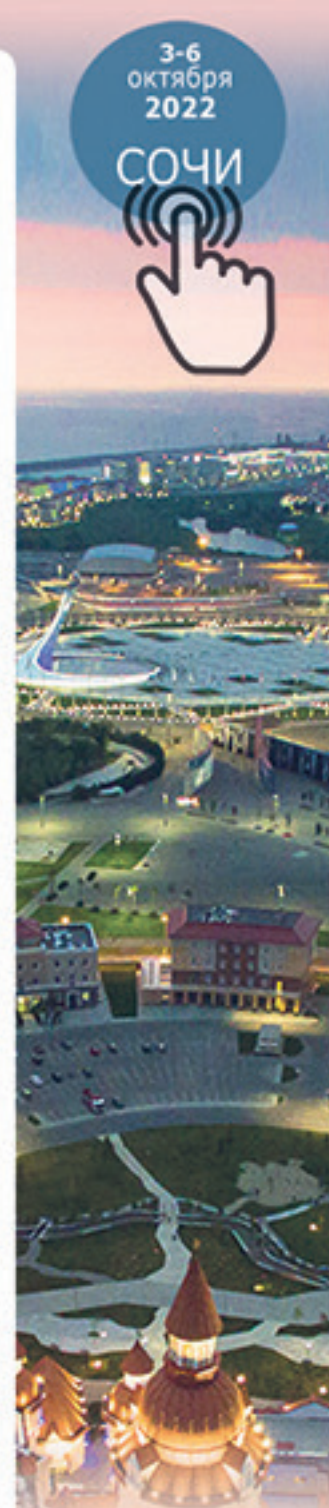
Обладая существенной социальной значимостью система национальных проектов, взаимодействуя с туристской сферой, приобретает большой потенциал для достижения культурно-образовательных, духовно-нравственных целей развития общества, повышения качества жизни, оздоровление и обеспечение благополучия населения, а также позволяет акцентировать внимание государства, общества, бизнеса на необходимости повышения доступности туристских услуг для всех категорий населения и аккумулировать финансово-кредитные, административные, общественные и информационные ресурсы для развития социально ориентированных видов туризма в целях оздоровления, образования, воспитания граждан, независимо от их социального статуса и материального благополучия.

*Статья выполнена в рамках реализации
ГЗ ФИЦ СНГ РАН FGRW-2022-0001 по теме
«Теоретико-методологические основы стратегического управления
инновационным развитием рекреационно-туристской сферы РФ»*

Список литературы

1. Паспорт национального проекта «Здравоохранение» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24 декабря 2018 г. № 16).
2. Паспорт национального проекта «Образование» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16)).
3. Паспорт национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 15)).
4. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утв. Ростуризмом в редакции от 10.11.2021).
5. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019. № 7).
6. Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»

© Чуваткин П.П., Горбатова А.А., 2022



УДК 614.2

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЗДРАВООХРАНЕНИЕ»

Чуйков О.Е.

*кандидат социологических наук,
старший преподаватель кафедры
общественного здоровья и здравоохранения,
Курский государственный медицинский
университет Минздрава России*

В данном исследовании предпринята попытка рассмотрения медицинского туризма как особого специализированного вида туризма. Выявлена специфика его развития в современных условиях, выявлены основные параметры оценки его эффективности. Проведена сравнительная характеристика регионов-лидеров по экспорту медицинских услуг. Дана оценка деятельности Ассоциации медицинского туризма и экспорта медицинских услуг в России, определены её структура и виды деятельности. В ходе изучения статистических данных, ряда научных работ, первых итогов реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» национального проекта «Здравоохранение», удалось определить проблемы развития медицинского туризма в России. Сформулированы рекомендации по решению данных проблем.

Ключевые слова: медицинский туризм, Международной ассоциации медицинского туризма, индекс международного туризма, экспорт медицинских услуг, языковой барьер, индустрия, иностранные граждане.

Медицинский туризм считается самым прибыльным видом туризма, также по нему определяется уровень экономического развития государства. Во многих странах развитие медицинского туризма считается одной из целей национальной политики, которая благоприятно влияет на развитие национального здравоохранения. По данным Международной ассоциации медицинского туризма уже около 11 млн туристов путешествуют для получения медицинской помощи [2]. Россия в рейтинге ассоциации за 2020–2021 гг. занимает 41 место из 46 стран с индексом (МТИ) 60,17 [7]. Лидером в данном рейтинге является Канада.

Основные параметры рейтинга:

1. Качество объектов и услуг. Этот критерий включает: качество медицинских услуг и медицинского оборудования, репутация врачей и/или медицинской организации.

2. Индустрия медицинского туризма. Под этим критерием подразумевается туристическая привлекательность страны: наличие культурно-исторических и природных объектов, стоимость проживания, стоимость транспортных услуг, а также расходы, связанные с медицинским туризмом.

3. Окружающая среда. Это природно-климатические условия страны, уровень социально-экономического развития, стабильность национального валютного курса, уровень безопасности, уровень коррупции, язык и т. д. (табл. 1).

Таблица 1

Индекс международного туризма на 2020-2021гг.*

Глобальный рейтинг	Окружающая среда назначения	Индустрия медицинского туризма	Качество объектов и услуг	Страна	Общий балл
1	1	7	4	Канада	76,47
2	2	3	1	Сингапур	76,43
3	5	2	2	Япония	74,23
4	4	4	8	Испания	72,93
5	3	22	11	Великобритания	71,92
6	7	13	5	Дубай	71,85
7	6	1	13	Коста Рика	71,93
...	...	...	...	...	...
41	41	41	37	Российская Федерация	60,17

Примечание: * — таблица составлена на основании данных Международной ассоциации медицинского туризма

С целью развития сферы экспорта медицинских услуг в России, Президент РФ поручил правительству увеличить в 4 раза (до 1 млрд долларов США) экспорт медицинских услуг в срок до 2024 г.» [3, с. 2]. Данное поручение выполняется в контексте реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг», который является частью национального проекта «Здравоохранение».

Медицинский туризм, как специализированный вид туризма, имеет высокий потенциал к росту. Так по данным Министерства здравоохранения России за 2021 г. более 7 млн иностранных граждан получили



платную медицинскую помощь на территории России [6]. Лидерами по Количеству пролеченных иностранных граждан и увеличению объёма экспорта медицинских услуг стали – Москва, Московская область, Челябинская область, Свердловская область, Республика Татарстан, Ростовская область и Белгородская область.

Таблица 2

Регионы России – лидеры по экспорту медицинских услуг в 2021 году

п/п	Название региона	Увеличение объёма экспорта медицинских услуг (млн \$)	п/п	Название региона	Количество пролеченных иностранных граждан, тыс. чел.
1	Москва	48,74	1	Москва	801,50
2	Московская область	13,33	2	Челябинская область	176,12
3	Челябинская область	3,40	3	Московская область	168,59
4	Свердловская область	3,02	4	Свердловская область	136,88
5	Республика Татарстан	2,19	5	Республика Татарстан	81,16
6	Ростовская область	2,09	6	Белгородская область	78,78
7	Белгородская область	0,41	7	Ростовская область	68,10

Примечание: * — таблица составлена на основании данных Паспорта регионов Российской Федерации. Об итогах реализации по итогам 2021 г. национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав [4]

Из данных отчёта об итогах реализации по итогам 2021 г. национального проекта «Здравоохранение» мы видим, что многие российские регионы имеют большой потенциал для того, чтобы стать центрами медицинского туризма. Но, к сожалению, в данной сфере имеется ряд проблем, без решения которых медицинский туризм в России не имеет перспектив.

Следует отметить, что развитию медицинского туризма в России способствует Ассоциация медицинского туризма и экспорта медицинских услуг это – крупнейшее объединение экспертов по медицинскому туризму России. В неё входят более 50 специалистов из различных регионов страны. При Ассоциации действуют 5 комиссий:

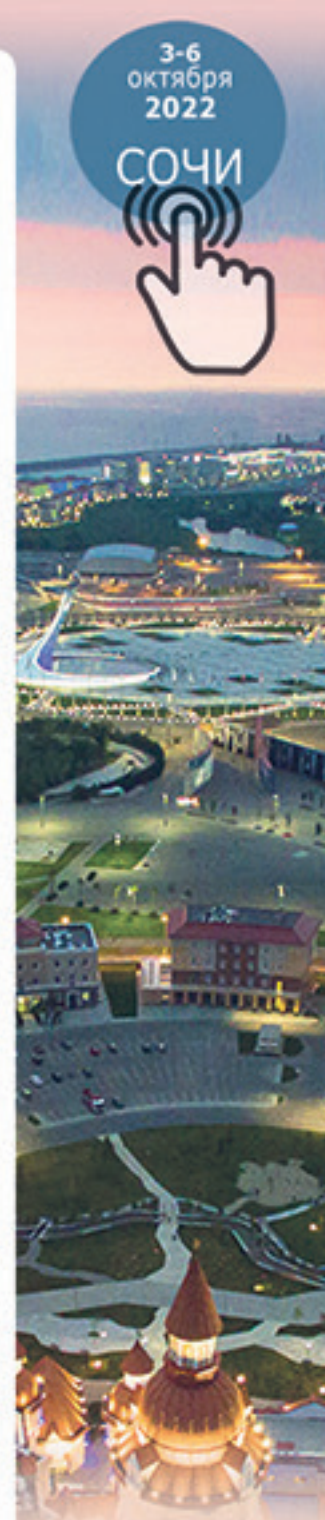
- Комиссия по информационно-методической поддержке;
- Комиссия по цифровым технологиям;
- Комиссия по науке и образованию;
- Комиссия по международным сервисным стандартам;
- Комиссия по международному маркетингу.

На базе Ассоциации реализуются крупнейшие федеральные и международные проекты как самостоятельно экспертами Ассоциации, так и совместно с ведущими участниками рынка. Среди значимых проектов можно выделить несколько: Законодательные инициативы; Ведение реестр документов; Программы страхования; Международная сертификация; Учебные циклы ДПО; Отраслевой конкурс; Научный марафон; Акселератор СПб; Дайджест рынка; Аудит субъектов РФ; Международный экспертный клуб; Программы стажировок; Аудит медицинских организаций; Офисы российской медицины; Высшая Школа Экономики; Российский Союз Туриндустрии; НИИОЗММ; Модель компетенции; Учебные пособия; Миграционный учёт; Международный маркетинг; Рейтингование регионов; Международные воркшопы; Байерский клуб; Конкурс айти-стартапов; Диссертационные советы; Китайский рынок.

Выход на глобальный рынок медицинского туризма является приоритетной задачей федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» национального проекта «Здравоохранение». Экспертами Ассоциации медицинского туризма и экспорта медицинских услуг в 2016 году разработан инструмент стратегического маркетинга для медицинских организаций – Матрица возможностей медицинского туризма (Medical tourism opportunities matrix). С 2016 по 2020 г. Матрица преподавалась участникам международного рынка медицинского туризма в США, Турции, Испании, Китайской Народной Республике, Греции, Южной Корее и Японии. С 2020 г. Матрица возможностей медицинского туризма преподаётся на дисциплинах по маркетингу в рамках учебных циклов и семинаров на базе ведущих медицинских вузов страны.

На сегодняшний день во многих российских регионах сохраняются нерешённые проблемы, тормозящие развитие медицинского туризма. Ряд российских исследователей и экспертов заявляют о неразвитости «недостаточной развитости соответствующей инфраструктуры, отсутствие качественного современного медицинского оборудования и узкопрофильных специалистов» [5, с. 17].

Профессор Игнатьев А.А. выделяет проблему «отсутствия информации о медицинских центрах, специализации лечебных заведений,



практикующих докторов, владеющих иностранными языками, а также низкая информированность иностранных туристов о возможностях медицинского туризма в России» [1].

Ещё одна достаточно актуальная проблема, отрицательно сказывающаяся на формировании рынка въездного медицинского туризма в России, это языковой барьер. Наличие языкового барьера между пациентом и медицинским работником – это серьезное препятствие в процессе оказания качественных медицинских услуг.

Также в качестве проблемы следует выделить низкий уровень взаимодействия двух секторов: «здравоохранения» и «туризма».

В качестве рекомендаций по решению данных проблем были сформулированы следующие выводы:

- усиление информационно-рекламной компании для иностранных граждан о предоставлении медицинских услуг в регионах России на международных мероприятиях, на телевидении и в информационно-коммуникационной сети «Интернет». В условиях санкционного давления на Россию и роста русофобии в мире особенно актуальным становится распространение достоверной информации о положении дел в нашей стране, о состоянии отечественной медицины и туристической инфраструктуры, об отношении россиян к иностранцам и т. д.;

- совершенствование коммуникационных знаний и навыков медицинских работников с целью устранения языкового барьера между ними и иностранными пациентами;

- формирование механизмов взаимодействия двух секторов: «здравоохранения» и «туризма» эта проблема должна решаться в рамках реализации проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» национального проекта «Здравоохранения». Скорость решения данной проблемы зависит от социально-экономического потенциала региона, его географическое положение, наличия инфраструктуры как туристической, так и медицинской, уровень медицинского образования и обслуживания и т. д.;

- необходимо налаживание обратной связи с иностранными пациентами с целью получения информации о качестве оказанных им медицинских услуг, что позволит, в свою очередь, совершенствовать деятельность лечебно-профилактических учреждений и формировать положительный имидж российского здравоохранения в мире.

Следует отметить, что в ходе реализации федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг», сохраняется опасность наличия в регионах России барьеров, тормозящие его реализацию. Это недостаточная штатная численность медицинских работников и специалистов по коммуникационным проектам, PR, рекламе и недостаточный объём

федерального финансирования, прежде всего, для реализации коммуникационных проектов. Успех реализации данного федерального проекта зависит от оперативного решения вышеперечисленных проблем и устранении обозначенных барьеров.

Медицинский туризм сегодня является важным видом экономической деятельности государства, фактор развития международных отношений и связей. Медицинский туризм оказывает влияние на развитие здравоохранения и на совершенствование профессиональных компетенций как медицинских работников и туроператоров. Развитие медицинского туризма в России предполагает создание в различных отраслях экономики регионов экспортно-ориентированных секторов, что будет способствовать развитию, в свою очередь, продвижению медицинских услуг иностранным гражданам.

Россия остаётся достаточно перспективной в сфере развития медицинского туризма, в стране имеются возможности для создания крупных медицинских кластеров с участием многих стран-партнёров.

Список литературы

1. Игнатьев А.А., Никольская Е.Ю. Тенденции развития медицинского туризма в России // Российский экономический интернет-журнал. – 2019. – № 1. – С. 34. – URL: <https://www.e-rej.ru/publications/178/> (дата обращения: 11.08.2022).
2. Индекс медицинского туризма добавляет новые направления, обновляет рейтинги для нового десятилетия. – URL: https://www.prnewswire.com/news-releases/medical-tourism-index-adds-new-destinations-updates-rankings-for-new-decade-301094147.html?tc=eml_cleartime (дата обращения: 05.08.2022).
3. Паспорт федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» (приложение к протоколу заседания проектного комитета по национальному проекту «Здравоохранение» от 14.12.2018 № 3). – URL: <https://digital.gov.ru> (дата обращения: 25.07.2022).
4. Паспорт регионов Российской Федерации. Об итогах реализации по итогам 2021 г. национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав. – М., 2021. – 228 с.
5. Погодина И.В., Гусаров А.В. Медицинский туризм в Российской Федерации: проблемы и перспективы // Туризм: право и экономика. – 2020. – № 3. – С. 16–18.
6. Официальный сайт Ассоциации медицинского туризма и экспорта медицинских услуг. – URL: <https://medical-russia.ru/about-us> (дата обращения: 15.08.2022).
7. Официальный сайт Международной ассоциации медицинского туризма. – URL: <https://www.medicaltourism.com/mti/home> (дата обращения: 13.08.2022).

© Чуйков О.Е., 2022



УДК 338.242.4

ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Чхутияшвили Л.В.

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры управления и экономики,
Московский государственный юридический
университет им. О.Е. Кутафина

Чхутияшвили Н.В.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления и экономики,
Московский государственный юридический
университет им. О.Е. Кутафина

Нынешняя обстановка наиболее располагает к развитию отечественного малого и среднего бизнеса, так как многие иностранные крупные предприятия покинули российский рынок. О мерах поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и индустрии гостеприимства со стороны государства и пойдёт речь. Малый и средний бизнес России как никто другой нуждается в поддержке, особенно на ранних этапах развития. В настоящее время возникший скачок цен может сильно ударить по доходам малых и средних предприятий. Вот почему государственная поддержка очень нужна и важна.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, сфера туризма и индустрии гостеприимства, государственная поддержка, налоговые льготы, кредитные каникулы.

Малый и средний бизнес является крайне важной составляющей частью рыночной экономической системы. Он довольно гибкий в плане управления, так как нет большого аппарата, вследствие чего он легко может адаптироваться к изменениям рынка. Кроме того, он способен создавать много рабочих мест, что может привести к снижению безработицы.

Нынешняя обстановка наиболее располагает к развитию отечественного малого и среднего бизнеса, так как многие иностранные крупные предприятия покинули российский рынок. О мерах поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и индустрии гостеприимства со стороны государства и пойдёт речь.

Согласно единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, в России зарегистрировано 6 007 029 предприятий. На самом деле, в масштабах такой страны, как РФ, такая цифра очень

маленькая. В США, например, эта цифра выше в несколько раз: по данным на 2019 г. на территории штатов существует 30,7 млн предприятий малого бизнеса [1]. В связи с этим, можно сказать, что в России существует проблема с малыми и средними предприятиями, которую государство призвано решить.

Малый и средний бизнес России как никто другой нуждается в поддержке, особенно на ранних этапах развития. В настоящее время возникший скачок цен может сильно ударить по доходам малых и средних предприятий. В связи с этим был одобрен законопроект о внесении изменений в ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации», а также в отдельные законодательные акты России в части особенностей изменения условий кредитного договора и договора займа.

Основная часть предпринятых мер касается льгот по кредитам. Так, например, организации, указанные в перечне [4], могут получить с 1 марта по 30 сентября 2022 кредитные каникулы, но не более, чем на 6 месяцев [6]. Кроме того, получить отсрочку по обязательствам могут и те организации, которые уже обращались до 30 сентября 2020 года, в связи с пандемией коронавируса.

Ещё одной мерой, предпринятой государством по поддержке малого и среднего бизнеса, является уменьшение административных штрафов. Согласно внесённым изменениям в КоАП РФ, штраф для малых и средних предприятий назначается такой, который предусмотрен для ИП, а если таковой не предусмотрен, то штрафуют на сумму от половины минимального до половины максимального штрафа для юридических лиц. В случае же, если штраф фиксированный, уплатить придётся также лишь половину от него [7].

Также хотелось бы сказать о том, что были введены некоторые налоговые льготы. Правительство РФ перенесло срок уплаты налогов по упрощённой системе налогообложения за 2021 год, а также авансовый платёж за I квартал 2022 г. на 6 месяцев [5]. Данная мера является довольно полезной, так как позволит малым предприятиям ненадолго сократить свои расходы. Однако, как и в случае с кредитными каникулами, данная льгота доступна лишь для некоторых предприятий, вошедших в специальный перечень, указанный в приложении к постановлению.

Безусловно, это не все льготы, которое предоставило государство малому бизнесу. Можно также упомянуть 50%-ную скидку на использование российского облачного ПО и увеличение лимита для системы быстрых платежей до 1 млн рублей, однако они не настолько значительны, чтобы оказать существенную помощь. Впрочем, ряд деятелей считают данные меры недостаточными. Ещё в 2009 году Евгений Гонтмахер высказывал идею о полной отмене налогов для малого бизнеса



[2]. Если вспомнить из недавних событий, то спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко пообещала выйти с плакатом к правительству, если не будет дана свобода бизнесу [3].

Подводя итог, хочется сказать, что, основываясь на вышеперечисленных мнениях, становится ясно, что проблема недостаточной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и индустрии гостеприимства государством всё ещё не решена.

Список литературы

1. 2019 Small Business Profile // U.S. Small business administration. –Гонтмахер Е. Великое в малом бизнесе // Прямые инвестиции. –Матвиенко пообещала выйти с плакатом к правительству, если бизнесу не дадут свободу // ТАСС. –Постановление Правительства РФ от 10.03.2022 № 337 «Об утверждении перечня отраслей, в которых осуществляет деятельность заёмщик, указанный в части 1 статьи 7 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» и о признании утратившими силу отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 14.03.2022, № 11, ст. 1716.
2. Постановление Правительства РФ от 30.03.2022 № 512 «Об изменении сроков уплаты налога (авансового платежа по налогу), уплачиваемого в связи с применением упрощённой системы налогообложения в 2022 году» // «Собрание законодательства РФ», 04.04.2022, № 14, ст. 2291.
3. Федеральный закон от 03.04.2020 № 106-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» // «Собрание законодательства РФ», 06.04.2020, № 14 (часть I), ст. 2036.
4. Федеральный закон от 26.03.2022 № 70-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» // «Российская газета». – № 66. – 29.03.2022.

© Чхутиашвили Л.В., Чхутиашвили Н.В., 2022

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ (ПРИМЕР ЗАПАДНОГО ПОБЕРЕЖЬЯ ПОЛУОСТРОВА КРЫМ)

Шабалина Н.В.

кандидат географических наук,
доцент кафедры рекреационной географии и
туризма географического ф-та Московского
государственного университета им. М.В. Ломоносова;
доцент туризма, сервиса и гостиничного бизнеса
Института развития города Севастопольского
государственного университета

Кружалин В.И.

доктор географических наук, профессор,
зав. кафедрой рекреационной географии и туризма
географического ф-та Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

Никанорова А.Д.

кандидат географических наук, старший научный сотрудник
кафедры рекреационной географии и туризма географического ф-та
Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова; доцент туризма,
сервиса и гостиничного бизнеса Института
развития города Севастопольского
государственного университета

Кудакаев А.Я.

инженер кафедры рекреационной географии
и туризма географического ф-та Московского государственного
университета им. М.В. Ломоносова

В статье рассмотрены основные научно-методические подходы к комплексному анализу территории с точки зрения имеющихся потенциальных возможностей и их реализации в туристско-рекреационной сфере. Сегодня туристско-рекреационная экспертиза – явление достаточно новое, как в практической сфере, так и в научном сопровождении развития туризма на определённых территориях. Зарубежные практики демонстрируют необходимость и эффективность проведения туристско-рекреационной экспертизы на уровне территорий и отдельных проектов, особенно в случае софинансирования проектов из бюджетных средств. В настоящее время видится актуальным введение процедуры туристско-рекреационной экспертизы территории в качестве обязательного этапа при разработке программ и дорожных карт развития туризма в регионах и муниципальных образованиях Российской Федерации. Для Западного побережья Крымского полуострова туристско-рекреационная экспертиза была проведена в рамках подготовки проекта строительства города Новый Крым.



Ключевые слова: туризм, рекреация, туристско-рекреационный потенциал, туристско-рекреационная экспертиза, индикаторы устойчивого развития туристских дестинаций.

Развитие туристско-рекреационной деятельности неразрывно связано с пространством, территорией, её потенциалом, возможностями и туристским освоением. Пространственная организация туризма и рекреации представляет важную задачу, особенно в связи с реализацией Стратегии развития туризма до 2035 года, Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», Государственной программой «Развитие туризма».

Указанные программные документы включают в себя инновационные подходы к функционированию и управлению туризмом на различных территориальных уровнях: федеральном, региональном, муниципальном, локальном. Они являются логичным продолжением реализованной Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», результатом которой стали муниципальные и региональные туристско-рекреационные кластеры, направленные на создание единой туристско-рекреационной системы страны [1]. Однако при всей лавине проектов, концепций и стратегий развития туризма на территориях в настоящее время в Российской Федерации отсутствует единый набор критериев оценки эффективности и целесообразности внедрения предлагаемых пространственных и организационных решений.

В зарубежных странах уже накоплен определённый опыт оценки возможности и эффективности реализации проектов развития туристско-рекреационных объектов и территорий, т. е. проведения туристско-рекреационной экспертизы.

Туристско-рекреационная экспертиза – одна из технологий, способствующая пространственному развитию туризма и дающая положительный экономический эффект в виду повышения эффективности использования бюджетных и привлечённых средств.

Международная практика показывает, что процесс организации туристской деятельности в стране, как правило, начинается с проведения анализа возможностей, путей её развития и подготовки соответствующих решений на национальном уровне. Данные мероприятия осуществляются органами, уполномоченными в сфере туризма. В настоящее время в Российской Федерации сложились благоприятные организационно-управленческие условия для принятия соответствующих решений по комплексному, системному исследованию пространственных особенностей развития туризма и рекреации. В некоторых странах, например, в Новой Зеландии, Австралии, характер и формат исследований текущего состояния развития туризма можно отнести к отдельным этапам комплексной туристско-рекреационной экспертизы [7].

Туристско-рекреационная экспертиза включает в себя как экспертизу отдельных проектов, так и экспертизу территории [4].

Туристско-рекреационные исследования территории представляют сложный многостадийный процесс, определяющий имеющиеся объективные возможности и перспективы формирования, развития и трансформации во времени и в пространстве специализированных общественно-географических систем. Один из первых и ключевых этапов в туристско-рекреационных исследованиях заключается в проведении туристско-рекреационной экспертизы территории – в комплексном исследовании, направленном на оценку соответствия туристско-рекреационного потенциала и свойств территории, проектам её освоения и строительства, нормативно-правовым и иным требованиям устойчивого развития сферы туризма и отдыха [7]. Туристско-рекреационная экспертиза – одна из технологий, способствующая пространственному развитию туризма и дающая положительный экономический эффект в виду повышения эффективности использования бюджетных и привлечённых средств.

В ряде стран с начала 1990-х гг. проводится комплексная туристско-рекреационная экспертиза территорий. Именно в этот период на повестке дня встал вопрос об устойчивом развитии туристских дестинаций, что потребовало от научной общественности выработки методики или хотя бы алгоритма проведения подобных исследований. Туристско-рекреационная экспертиза является обязательным этапом принятия стратегических решений о путях развития туризма на определённой территории, т. е. при разработке концепции или региональной программы развития туризма.

Работы последних лет показали ключевые позиции, которые входят в качестве обязательных, в туристско-рекреационную экспертизу [8]:

- 1) сбор и анализ информации по туристско-рекреационному потенциалу территории;
- 2) сбор и анализ информации по современному использованию туристско-рекреационного потенциала и развитию туристско-рекреационного комплекса территории, включая анализ деятельности субъектов туристского рынка;
- 3) социологические исследования (интервью с экспертами-представителями туристского рынка, экологами, градостроителями, представителями органов исполнительной власти в сфере туризма и т. д.; опрос гостей территории; опрос местных жителей по готовности развивать туризм и включиться в процесс предоставления услуг гостям территории);
- 4) маркетинговые исследования имеющегося и прогнозируемого туристского потока;



5) анализ рекреационной ёмкости исследуемой территории;

6) анализ рисков и ограничений развития туристско-рекреационного комплекса территории (природного, историко-культурного, техногенного, экологического, градостроительного, кадрового, инвестиционного генезиса);

7) проведение SWOT-анализа туристской территории;

8) выделение приоритетных направлений, форм и ареалов развития туристско-рекреационного комплекса территории;

9) разработка индикаторов устойчивого развития территории.

Проект «Новый Крым» включает в себя предложения по созданию нового города на Западном побережье Крымского полуострова, в Сакском районе Республики Крым, на территории 698 га, с протяжённостью береговой линией около 5 км, рассчитанный на 75 000 человек (40 000 туристов и 35 000 постоянно проживающих жителей). Исследуемая территория расположена между с. Витино и с. Штормовое Сакского района. Площадь строительства – 5 000 000 м².

Концепция развития нового города на Западном побережье Крымского полуострова базируется на формировании серии кластеров, объединённых в единой полифункциональный и высокотехнологичный комплекс, на основе которого заложены лучшие мировые и отечественные практики и компетенции. Среди ключевых кластеров города выделяются: кластер IT-технологий, туристский кластер, медицинский кластер, образовательный кластер и т. д. Таким образом, современные услуги и сферы креативной экономики являются приоритетными векторами развития территории Нового Крыма, и особая роль отводится туристскому кластеру.

Работа выполнялась в 2021 году для достижения основных задач развития туристско-рекреационного комплекса Сакского района (территории формирования города Новый Крым), отражённых в действующей муниципальной программе «Развитие курортов и туризма в муниципальном образовании Сакский район Республики Крым на 2021–2025 годы [5].

Проведение туристско-рекреационной экспертизы территории формирования города Новый Крым включало разработку методики проведения исследований, изучение туристско-рекреационного потенциала территории и его современного использования, анализ современных трендов и потребительских предпочтений в туризме, проведение SWOT-анализа факторов формирования города Новый Крым как круглогодичной туристской дестинации, а также анализ рисков (природного, экологического, антропогенного генезиса) реализации проекта развития объекта как круглогодичной туристской дестинации.

В качестве основных подходов и методов туристско-рекреационных исследований использовались общепринятые в социально-экономической географии общенаучные методы (структурный, статистический, метод экспертных оценок), общегеографические методы (сравнительный, сравнительно-описательный), специальные методы, включающие рекреационно-географические методы, методы проведения туристско-рекреационной экспертизы территории.

Аналитическая база исследования опиралась на данные Администрации Сакского района Республики Крым, а также Министерства курортов и туризма Республики Крым, экспертные оценки субъектов регионального туристского рынка. В ходе работ был проведён социологический опрос 35 сотрудников предприятий туристской индустрии, органов исполнительной власти и сотрудников научно-исследовательских организаций.

В результате проведения туристско-рекреационной экспертизы исследуемой территории были получены следующие выводы:

1. Сакский район в целом, а также территории Штормовского и Молочненского сельских поселений, богаты природными ресурсами для организации отдыха и курортотечения. Здесь сформированы пляжные территории, благоприятные для развития туристско-рекреационной деятельности в условиях целебного приморско-степного климата, оказывающего оздоровительный эффект на рекреантов. Количество солнечных дней составляет более 280 в год, что больше, чем в г. Ялта. Продолжительность купально-пляжного периода около 5 месяцев. Пляжные зоны носят естественный характер, имеют песчаный состав, широкие, с постепенным наращиванием глубин. Территория имеет лечебные минеральные природные ресурсы: солёные озера, минеральные воды и лечебные грязи, что нашло широкое применение в санаторно-курортном деле [3]. Культурно-исторический потенциал территории представлен объектами, характеризующими различные исторические эпохи развития территории, что позволяет формировать различные тематические туристско-экскурсионные маршруты.

2. Проведённые социологические исследования и глубинные интервью с представителями туристского бизнеса позволили сформировать современный «портрет туриста» сельского поселения Штормовское. Данную территорию предпочитают семьи с детьми, которые готовы тратить в сутки от 2 000 до 3 000 тыс. руб. на человека, а также дружеские компании. Подавляющее большинство респондентов (90 %) – активного трудоспособного возраста, от 24 до 60 лет. С точки зрения объектов размещения лидирует съёмное жилье (50 %) и палаточные лагеря (21 %). Основная цель поездки – пляжный отдых. В качестве важного



фактора респонденты отметили песчаные пляжи и незначительные глубины. Среднее количество дней, которые туристы готовы провести на Западном побережье, составляет от 6 до 14 дней (77 %). В рамках социологического опроса был выявлен ключевой лимитирующий фактор территории сельского поселения Штормовское – отсутствие хорошо развитой инфраструктуры. Проведённые глубинные интервью позволили определить основные направления развития туризма, которые видятся экспертам, при решении инфраструктурных проблем: семейный отдых, лечебно-оздоровительный туризм.

3. Для решения проблемы сезонности традиционного туристского потока, формирующегося в Сакском районе, необходим комплексный подход к формированию нового туристского продукта, который будет в себе сочетать привычный населению пляжный отдых с новыми уникальными предложениями по оздоровлению, вовлечение в спортивный образ жизни, познание и обучение новым технологиям и пр. Круглогодичность использования туристско-рекреационного потенциала будет осуществляться за счёт развития широкого спектра деятельности в сфере событийного туризма, спорта, медицинских услуг, IT-технологий.

4. При разработке рабочего проекта формируемого города Новый Крым необходимо учесть риски развития туристско-рекреационного комплекса на исследуемой территории [2], к которым относятся природные, экологические, экономические, финансовые, геополитические, социальные, инфраструктурные, юридические и организационно-управленческие. Возможные внутрифирменные риски в данном исследовании не рассматривались.

5. Исследуемая территория отличается сложностью и многообразием условий и пространственно-временных закономерностей формирования опасных геологических процессов: эрозия денудация, инфильтрационные процессы, просадки, карст, подтопление и др. С учётом сложных геолого-геоморфологических условий необходима геолого-геоморфологическая инженерная экспертиза для снижения неблагоприятных рисков осуществления туристско-рекреационной деятельности.

6. Выявлены неблагоприятные ландшафтно-экологические факторы, которые могут оказать влияние на развитие туризма. Это наличие озерно-лиманных ландшафтов, занимающих территории вблизи морских побережий и являющихся важной частью природных экосистем территории, морские абразионные процессы, интенсивно протекающие на территории побережий. На стадии рабочего проекта потребуются оценка экологических и экономических рисков благоустройства данных территорий.

7. Для проектируемой территории ключевым ограничением землепользования является наличие водоохранной зоны Чёрного моря

и прибрежной защитной полосы [6]. В пределах данных территорий землепользование ограничено и требует соблюдения установленных в соответствии с законодательством в области охраны окружающей среды нормативов допустимых сбросов загрязняющих веществ, иных веществ и микроорганизмов, и требований Водного кодекса Российской Федерации. В остальном существенных ограничений с точки зрения природного законодательства не выявлено, так как иные земли, попадающие под категорию особо охраняемых территорий, расположены в существенном отдалении от проектируемой зоны.

Анализ мирового опыта показывает, что проекты развития современных морских курортных дестинаций часто локализуются в ещё не освоенных в туристском плане районах с благоприятными природными условиями. Эти проекты объединяют наиболее востребованные концептуальные идеи, связанные с ориентированностью на экологичность и устойчивое развитие территорий, здоровый подвижный образ жизни, сочетающейся с технологичностью, высоким уровнем комфорта и архитектурной ценностью ландшафтных и градостроительных решений.

Исследуемый район может быть включен в перспективную суть межмуниципальных и межрегиональных туристских маршрутов. А проектируемый туристско-рекреационный комплекс должен стать ключевым ядром развивающегося кластера Западного и Северо-Западного Крыма. Основной потенциал развития – это инновации, креативные сервисы и технологии, что станет отличительной чертой территории.

В структуре туристско-экскурсионной маршрутной сети г. Новый Крым выделено четыре основные группы маршрутов, различаемые по продолжительности и видам средств передвижения туристов, а также предложено 18 проектов туристских программ.

Проведённая туристско-рекреационная экспертиза территории Сакского района Республики Крым стала основой для разработки туристско-рекреационного каркаса города Новый Крым. Предложенный туристско-рекреационный каркас станет основой для развития туристской и дорожно-транспортной инфраструктуры и станет важным элементом в схеме организационно-пространственного развития Западного Крыма в целом.

Список литературы

1. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» : Постановление Правительства РФ от 2 авг. 2011 г. № 644 // Собрание законодательства Российской Федерации. – М., 2011. – № 34 от 22 августа 2011 г. – С. 4966.
2. Дрейзис Ю.И., Видищева Е.В., Копырин А.С. Анализ рисков в стратегии устойчивого развития туристских рекреационных территорий // Вестник Академии знаний. – 2020. – №. 4(39). – С. 180-187.



3. Калинин И.В. и др. Рекреационный потенциал современных ландшафтов Сакского района Республики Крым // Береговая зона моря: исследования, управление, перспективы. – 2018. – С. 17-22.
4. Кучинов П.А. Туристско-рекреационная экспертиза как инструмент стратегического управления // Вестник РМАТ. – 2013. – № 4(10). – С. 56-62.
5. Мабиала Ж., Гниздыло В.С. Эколого-экономические проблемы территориальной политики развития Республики Крым // ЦИТИСЭ. – 2020. – № 3. – С. 38-52.
6. Позаченюк Е.А., Назаренко А.Е. Обеспечение рекреационного развития территории Сакского района Республики Крым инструментами ландшафтного планирования // Ландшафтоведение и ландшафтная экология: коадаптация ландшафта и хозяйственной деятельности. – 2020. – С. 416-420.
7. Шабалина Н.В. Туристско-рекреационная экспертиза как инновационное направление пространственного анализа развития туристско-рекреационной деятельности // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: материалы Международной практической конференции «Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства» 25 сентября 2020 г. – М.: РНИ РГУТИС, 2020. – 321 с.
8. Шабалина Н.В., Никанорова А.Д., Кружалин В.И. Туристско-рекреационная экспертиза территории Сакского района Республики Крым для формирования круглогодичной туристской дестинации // Географическая среда и живые системы. – М.: МГОУ. – № 2. – С. 72-89.

© Шабалина Н.В., Кружалин В.И., Никанорова А.Д., Кудакеев А.Я., 2022

УДК 338.48

МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»

Шахматова С.А.

кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой «Экономика и финансы»
Липецкого филиала Российской академии народного
хозяйства и государственной службы

В статье рассматривается комплекс мер государственной поддержки для устойчивого развития отечественной туристической индустрии. Туризм в нынешней ситуации является одной из самых пострадавших отраслей экономики многих стран, в частности Российской Федерации. Приоритетом для государства стало активное развитие внутреннего туризма посредством внедрения Национального проекта туризма, в частности оказания помощи бизнесу и привлечению путешественников посредством мер государственной поддержки – грантов, кэшбэка и пр. Обоснована значимость реализации этого национального проекта для развития туристической отрасли в стране.

Ключевые слова: внутренний туризм, национальный проект, поддержка среднего и малого бизнеса, кэшбэк, субсидии.

На сегодняшний день сфера туризма в Российской Федерации переживает смутные времена: отголоски пандемии, геополитические потрясения, рост цен и снижение доходов населения, антироссийские санкции и т. д. Из-за закрытых границ еще в 2020 году наша страна пришла к выводу, что развитие индустрии путешествий внутри России необходимо как никогда прежде в истории страны, пример этому все новые пакеты санкций и возможное введение строгих ограничений на туристические визы для наших граждан со стороны Евросоюза.

Туризм безусловно является важной частью общественной жизни, служит важнейшим звеном между бизнесом и нуждающимися в качественном обслуживании во время отпуска людей. Отдельным вопросом, которому Россия решила уделить особое внимание, выступает внутренний туризм. Именно поэтому государство занялось разработкой мер для поддержки этой сферы: туристический кэшбэк, «...субсидии на проекты по созданию привлекательной туристической среды в центрах исторических городов...» [4] для регионов, снижение налоговой нагрузки на отрасль и льготные кредиты.

Тем не менее в силу своей малой осведомленности многие компании даже не подозревают, что имеют право прибегнуть к одной из мер поддержки со стороны государства, а если и знают, то убеждены в бюрократической сложности получения этих возможностей. Именно поэтому крайне важно рассмотреть «...основные способы поддержки через Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», представленный в 2021 году с целью повышения роли туризма в экономической и социальной сферах Российской Федерации. Для развития индустрии были выдвинуты такие федеральные проекты как:

1. Развитие туристской инфраструктуры;
2. Повышение доступности туристских услуг;
3. Совершенствование управления в сфере туризма» [5].

Данный национальный проект не вводит в нашей стране единый управляющий государственный орган, все инстанции равны, лишь подчиняются исполнительным органам власти по своей направленности:

1. Федеральное агентство по туризму – Ростуризм, выступающее основным в разработке и осуществлению мер поддержки инфраструктуры туризма, профессионалов гостиничного бизнеса, инвесторов и туристов.
2. Акционерное общество «Корпорация Туризм. РФ», занимающееся созданием инфраструктуры, что работает с Ростуризмом, но при этом подчиняется Минстрою, которому подвластны все строящиеся в стране инфраструктурные объекты в РФ, в том числе и туристические.
3. Корпорация МСП, ответственная на федеральном уровне за поддержку и развитие среднего бизнеса и малого предпринимательства.



4. Министерство сельского хозяйства, разрабатывающее программы развития отечественного агротуризма и курирующее меры его поддержки.

5. Созданные в последние годы корпорации развития отдельных регионов (например, Корпорация развития Кавказа РФ, Арктики и Дальнего востока).

6. «Федеральное агентство по делам национальностей, которое в сотрудничестве с Минпромторгом развивает объекты национальной культуры» [6] (в частности, народные промыслы, что ведёт к продаже сувениров).

Все эти органы наделены обязанностями по использованию бюджетных средств и ведению отчётности с очным указанием выделенной суммы на конкретное туристическое направление. Одной из функций государства является «...поддержка и стимулирование предпринимательского сектора экономики...» [2], в том числе и в туристической индустрии. В настоящее время основные меры государственной поддержки в сфере развития туризма представлены в виде:

1. Грантовой поддержки, которая «...призвана поддерживать предпринимательские инициативы в сфере развития внутреннего туризма до 3 млн руб., которые можно потратить на туристическое оборудование и инвентарь, модульные гостиницы, транспорт в виде катеров, снегоходов» [5].
2. Субсидирования ключевой ставки и финансовой поддержки со стороны АО «Корпорация Туризм. РФ» посредством создания совместного предприятия. В этом случае корпорация фактически становится принёсшим свой капитал партнёром, но фактически не выдает кредитов на развитие туристической индустрии.
3. Поручительства от Корпорации по поддержке малого и среднего предпринимательства для получения кредита, а также предоставления субсидий или лизинговой поддержки предприятий в туристическом секторе.
4. Реализации комплекса мер для оказания финансовой, информационной, имущественной, маркетинговой поддержки субъектов среднего и малого бизнеса в регионах РФ, осуществление поддержки инициатив предпринимателя в сфере туризма и гостиничного бизнеса (например, портал «Мой бизнес»).

5. Поддержки со стороны государства динамичного развития народных и художественных промыслов. Главное для этого пункта иметь уникальные и отличительные товары региона, можно даже современные, а не только исторически сложившиеся еще давно. Этому направлению предоставляют:

- возмещение до 50 % затрат на железнодорожную транспортировку по территории РФ изделий народно-художественного промысла с целью их последующей реализации, организации выставок, мастер-классов и т. д.;
- возврат до 90 % затрат на продвижение (участие на выставках,

фестивалях и ярмарках), изготовление рекламы, баннеров, наглядных пособий и др. реквизита, при условии, что это не составит больше определённой суммы;

– возмещение до 90 % на компенсацию расходов на газ, электроэнергию, уголь для производственных нужд, а также затрат для проведения работ по созданию патентов для охраны объектов интеллектуальной собственности;

– возврат до 90 % части затрат на проценты по кредиту и закупку сырья, материалов и технооборудования для необходимых при производстве изделий.

6. Грантовой поддержки от регионов.

7. Поддержки организацией сельского туризма, что «...предусматривает посещение сельской местности, малых городов с населением численностью до 30 тыс. чел. с целью отдыха и участия при сельскохозяйственных работах в виде волонтерской деятельности, необходимо доказать, что в данном селе есть не только гостиница, но и возможность занятия конкретным видом деятельности...» [3].

8. Разработки обучающих программ в сфере туристической деятельности и проведение консультаций по разработке стратегии и написанию бизнес-плана, осуществления электронной коммерции, открытию и ведению франшиз и т. д.

Крайне важна поддержка региона, если предприниматель хочет получить «...грант или иную меру поддержки в соответствии с программой «Приоритетное развитие региона» [1]. Руководству субъекта необходимо получить проект, реализация которого будет интересна для региона. Ещё важным пунктом для получения помощи важны отсутствие налоговой задолженности, судебных тяжб, крупная сумма уставного капитала для ООО.

Одним из заманчивых и очевидных преимуществ Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» для обычного россиянина, безусловно, является кэшбэк, на него на данном этапе выделено 3 млрд рублей. Осенняя акция продаж туров по России с возвратом денежных средств до 20 % заканчивается 10 сентября, и на момент написания статьи, 9 сентября, многие издания – «Риа Новости», «Российская газета» и «Комсомольская правда» отмечают, что после старта продаж 25 августа спрос на подобные маршруты вырос вдвое, о чем свидетельствуют Ассоциации туроператоров в России. Средний чек вырос по сравнению с предыдущим годом – с 35 до 90 тысяч рублей нынешнего года против максимальных 50 тысяч 2021 г. Годовой прирост получился в районе 75 %, а объём бронирований даты заездов с начала октября по 25 декабря вырос в 4 раза в отличие от предшествующей осени, по данным АТОР. Лидером среди курортов ожидаемо остаётся Сочи – самому знаменитому курорту Краснодарского края



отдают предпочтение 70 % путешественников, после него идут Кавказские Минеральные Воды и Санкт-Петербург.

Таким образом, в тяжёлые времена предпринимателю следует обращать внимание на предоставленные со стороны государства возможности, и закрыть глаза на внутренний туризм сейчас было бы упущением. В силу значительного сокращения конкуренции у российских мест туризма, часть путешественников непременно отправится искать альтернативы отдыха в нашей стране, и как нельзя кстати предприятия должны прибегнуть к изучению и повсеместного использованию мер государственной поддержки, что позволит удовлетворить коммерческие интересы своей компании и достичь поставленных целей устойчивого развития туристической индустрии Российской Федерации.

Список литературы

1. Афанасьев О.Е. Технические и технологические инновации в туризме // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. – № 4. – С. 5-6.
2. Герсонская И.В. Государственный сектор национальной экономики: теория и методология: монография. – Воронеж: НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2021. – 164 с.
3. Охрименко Е.И. Развитие внутреннего туризма в регионах на современном этапе // Урал – драйвер неиндустриального и инновационного развития России: материалы III Уральского экономического форума. – Екатеринбург, 2021. – С. 260-264.
4. Сачкова А.С., Егорова Л.Э. Туристический кэшбэк как мера поддержки и развития внутреннего туризма // Проблемы развития индустрии туризма: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чита, 2021. – С. 340-345.
5. Панина Е.Е. Меры государственной поддержки туризма в РФ // RUSSIAN ECONOMIC BULLETIN. – 2022. – Т. 5. – № 4. – С. 217-220.
6. Погорелова Э.И., Сергеев А.А. Качество обслуживания туристов в гостиницах как фактор привлечения туристов // Интерактивная наука. – 2017. – № 1(11). – С. 193-196.

© Шахматова С.А., 2022

УДК 330.15

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМ ЛИВНЕВОЙ КАНАЛИЗАЦИИ В РАМКАХ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЭКОЛОГИЯ»

Щурова Т.В.

магистрант,

Московский городской педагогический университет

В последнее время актуальным является вопрос, связанный с необходимостью модернизации централизованных ливневых систем водоотведения. При его решении в рамках Национального проекта «Экология» возможно также учесть необходимость пересмотра отношения к обращению с осадком сточных вод – ведь это не просто отходы, а перспективный источник получения сырья для изготовления продукции. В статье рассмотрены негативные последствия для туристического бизнеса в случае неспособности централизованной ливневой системы справиться с объёмом выпадаемых осадков, а также пример по экологичной переработке илового осадка.

Ключевые слова: централизованная ливневая система водоотведения, осадок сточных вод, концессионное соглашение, переработка.

«Всё – из воды, и всё разрешается в воду» – это слова первого мыслителя Греции Фалеса, означающие, что вода – это основа всего. Действительно, согласно теории эволюции, всё живое появилось из воды и без воды не может существовать. Вода – это источник жизни, без неё человек может прожить не более пяти дней. Человек использует воду не только как источник жизни, но и как источник энергии – укрощает водную стихию и строит гидроэлектростанции, и в этом случае вода служит для обеспечения электричеством населённых пунктов.

К сожалению, вода может быть не только источником энергии и жизни. Пример тому – частые наводнения, которые в последние годы регулярно происходят в курортных городах Краснодарского края и Республики Крым, подтопления случаются и в городах федерального значения – Москве, Санкт-Петербурге и Симферополе. Причиной тому являются обильные ливни, и неспособность ливневой канализации справиться с большим потоком сточных вод. Несмотря на то, что в настоящее время разработаны и используются ряд нормативно-правовых актов, регламентирующих требования к устройству ливневой канализации – к примеру, свод правил СП 32.13330.2018 «Канализация. Наружные сети и сооружения» содержит требования к обустройству дождеприёмников [1], СНиП 2.04.03-85 «Строительные нормы и правила. Канализация. Наружные сети и сооружения» – к условиям отведения поверхностного стока с селитебных территорий и площадок предприятий [2], необходимо ввести в Федеральный закон «О водоснабжении и водоотведении» от 7 декабря 2011 г. № 416-ФЗ точное определение понятия «осадок сточных вод и водоподготовки». Обращение с осадком должно быть признано составной частью процесса водоотведения. Также необходимо более подробное регулирование обращения с таким осадком – например, в Правилах холодного водоснабжения и водоотведения, утверждённых постановлением Правительства РФ от 29.07.2013 № 644.

К сожалению, эксплуатация и модернизация централизованной ливневой системы – не самое популярное мероприятие для получения прибыли и окупаемости финансовых вложений. Ремонт и реконструкция централизованных ливневых систем, их регистрация как объектов недвижимости требуют ощутимых денежных средств. Но в то же время события последних лет показывают, их что ненадлежащее содержание может привести к последствиям в виде причинения значительного ущерба окружающей среде, жизни и здоровью людей, имуществу как частному, так и государственному. Туристический бизнес в этом случае



также терпит ощутимые убытки. К примеру, в 2021 году в Симферополе выпало 780 мм осадков, из них на самые популярные месяцы для отдыха – август и сентябрь – пришлось 86 и 89 мм, соответственно. В Ялте среднегодовое количество выпавших осадков составило 789 мм, в августе и сентябре в том числе – 23 и 62 мм. Количество выпавших осадков в Сочи в 2021 году составило 2008 мм, из них в августе – 175, а в сентябре – 224 мм [3]. Новостные каналы пишут о неутешительной статистике разрушений в вышеуказанные периоды, что не могло не сказаться на рентабельности туристической отрасли. Кроме того, подобные ситуации могут сформировать негативную репутацию для курортных регионов.

Именно поэтому необходима разработка и утверждение Федерального проекта, регулирующего вопросы развития централизованных ливневых систем водоотведения – например, в рамках Национального проекта «Экология», ключевыми целями которого является:

- эффективное обращение с отходами производства и потребления, включая ликвидацию всех выявленных на 1 января 2018 г. несанкционированных свалок в границах городов;
- снижение уровня загрязнения атмосферного воздуха в крупных промышленных центрах;
- повышение качества питьевой воды для населения, в том числе для жителей населённых пунктов, не оборудованных современными системами водоснабжения;
- сохранение биологического разнообразия, в том числе посредством создания новых особо охраняемых природных территорий;
- экологическое оздоровление водных объектов и сохранение уникальных водных систем;
- обеспечение баланса выбытия и воспроизводства лесов [4].

В этом случае обязательным является сбор и анализ информации по каждому субъекту о степени износа и протяжённости сетей централизованных ливневых систем, о наличии бесхозных сетей, об объёмах очищаемых поверхностных сточных вод, поступающих в централизованные системы водоотведения.

В настоящее время основная часть сырья или продукции из водопроводных осадков и осадков сточных вод не используется и фактически является отходом. Но вопрос в том, как подойти к этому вопросу, и как правильно этот «продукт» назвать – это отходы, или все-таки сырьё? Согласно Федеральному закону «Об отходах производства и потребления» от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ, отходами могут быть признаны вещества или предметы, образовавшиеся в процессе производства, выполнения работ, оказания услуг или в процессе потребления, и которые, кроме того, подлежат удалению [5, абз. 2 ст. 1].

Если расценивать осадок сточных вод как сырье, то необходимо выделение средств на приобретение оборудования и материалов, необходимых для получения продукции из этого сырья, а также разработку и согласование документации, необходимой для его использования. Кроме того, нужен механизм стимулирования спроса на подобную продукцию, и создание благоприятных условий для переработки.

После обработки водопроводные осадки и осадки сточных вод могут быть применены в качестве почвогрунтов, органических удобрений для непродовольственных и некормовых культур, рекулитиванта, для формирования компостов, в качестве добавок при производстве цемента, песок из песколовков – в качестве строительного материала.

Хорошим примером может служить строительство в Москве двух заводов по экологичной переработке илового осадка на основании концессионного соглашения, подписанного в 2021 г. Производство должно появиться в столице к 2024 году, реализация проекта для инвестора будет стоить порядка 27 миллиардов рублей.

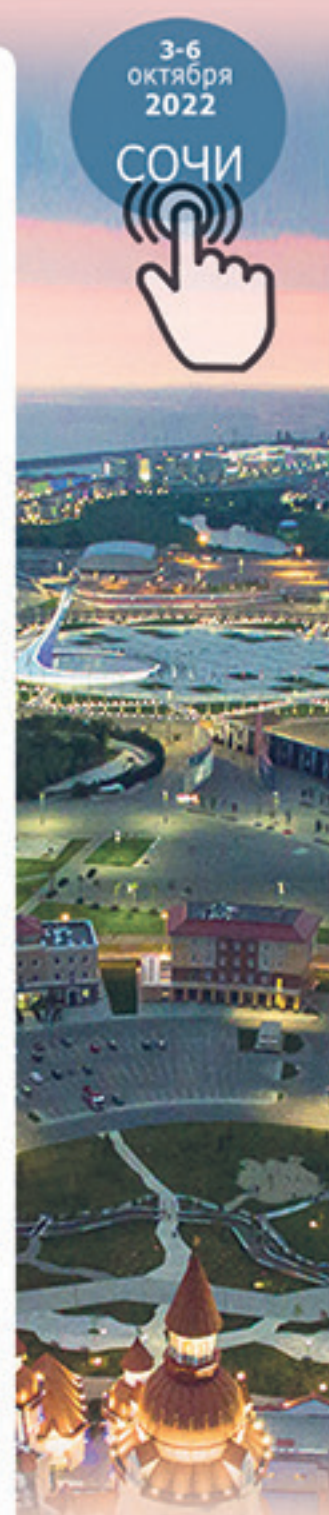
Концессионное соглашение подписано на 20 лет. Планируется, что заводы будут построены в течение 3 лет, в последующие 17 лет будет осуществляться их эксплуатация инвестором.

На протяжении многих лет в столице обсуждался вопрос о безотходной переработке осадка сточных вод. В настоящее время сушка является наиболее эффективным и экологически безопасным способом утилизации илового осадка, позволяющим получать не отходы, а востребованную продукцию.

Заводы будут размещены на территории Люберецких и Курьяновских очистных сооружений. По условиям заключённого соглашения, после сдачи объектов в эксплуатацию концессионер будет осуществлять термическую обработку и последующую утилизацию осадка. Получаемый продукт будет поставляться цементным заводам для использования в качестве твёрдого биотоплива. Предполагаемое ежегодное производство такого топлива в виде высушенного осадка будет составлять ориентировочно до 250 тысяч тонн. Это первая концессия в сфере ЖКХ для Москвы. Особенно важно, что реализация подобного проекта будет способствовать улучшению экологической ситуации в городе [6].

Список литературы

1. СП 32.13330.2018 Свод правил канализация. наружные сети и сооружения. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/554820821> (дата обращения: 22.09.2022).
2. СНиП 2.04.03-85 Строительные нормы и правила. канализация. наружные сети и сооружения. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/5200017> (дата обращения: 22.09.2022).
3. Пого. и климат. – URL: <http://www.pogodaiklimat.ru> (дата обращения: 22.09.2022).



4. Паспорт Национального проекта «Экология». – URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/directions/natsionalnyy_proekt_ekologiya/ (дата обращения: 22.09.2022).
5. Справочно-правовая система «Консультант плюс». Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 22.09.2022).
6. Официальный сайт Мэра Москвы. Инвестор по концессии построит в Москве два новых завода. – URL: <https://www.mos.ru/news/item/89138073/> (дата обращения: 22.09.2022).

© Щурова Т.В., 2022

УДК 332.02

О РЕАЛИЗАЦИИ ГОСПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН» (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Юсупова И.В.

кандидат экономических наук,
начальник отдела координации реализации госпрограмм
Министерства экономики Республики Татарстан,
доцент кафедры Экономика, организация
и управление производством

Селезнёв Д.К.

магистр,
кафедра Логистики и управления,
Казанский национальный исследовательский
технологический университет

Государственная программа «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014–2024 годы» (далее – Программа) утверждена постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от 21.07.2014 № 522. Целью Программы является повышение конкурентоспособности туристского комплекса Республики Татарстан на российском и международном туристских рынках на базе эффективного использования развивающейся инфраструктуры туризма, а также культурно-исторического, природного потенциала, потенциала событийного туризма республики и развития индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: госпрограмма, туризм, сельский туризм, этнотуризм, гостеприимство, инфраструктура, драйверы развития, Республика Татарстан.

Для достижения цели Программы на 2021 г. были определены следующие задачи:

Задача 1. Формирование благоприятного туристского имиджа республики, увеличение объёма и разнообразия предоставляемых туристских услуг населению.

Для реализации указанной задачи Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму совместно с Государственным Советом Республики Татарстан проработана и издана книга о историко-культурном, экологическом и сельском туризме в северо-восточной части Республики Татарстан. Издание включает информацию о 9 муниципальных районах республики: их краткую характеристику, карту маршрутов, объекты различных видов туризма. Содержание книги составлено на двух государственных языках Республики Татарстан. Книга напечатана в количестве 30 экземпляров.

13 сентября 2021 г. в международном аэропорту г. Казани имени Габдуллы Тукая Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму проведена торжественная встреча первого туристического чартера из г. Москвы: организована водная арка над приземлившимся самолетом, выступление национального музыкального ансамбля «Сорнай», а также подарки каждому прилетевшему гостю. Данная программа организована Госкомитетом совместно с туроператором «TUI Россия» и при поддержке Федерального агентства по туризму. В период с 13 сентября по 6 октября 2021 г. на самолетах Airbus 320 вместимостью 180 пассажиров выполнено семь оборотных рейсов по маршруту Москва-Казань-Москва.

В рамках запуска чартерной программы Москва – Казань туроператора «TUI Россия» в г. Казани Госкомитет провёл конференцию «Развитие туристических чартерных программ по России. Москва – Татарстан» с участием руководителя Федерального агентства по туризму З.В. Догужовой, туроператора «TUI Россия» и его агентов, а также представителей местных средств массовой информации.

Госкомитетом совместно с Комитетом по развитию туризма г. Казани и Казанской епархией организовано обучение для 350 аккредитованных экскурсоводов по теме «Собор Казанской иконы Божией Матери». По итогам обучения проведено тестирование, при успешном прохождении теста экскурсоводы получили наклейки на аккредитационный бейдж, который даёт возможность заводить экскурсантов внутрь Собора Казанской иконы Божией Матери.

В 2021 г. Госкомитетом проведён ежегодный XII республиканский конкурс для школьников, студентов и работающей молодёжи «Путешествие к истокам». Конкурс ориентирован на детскую и молодёжную аудиторию, готовую развивать внутренний и въездной туризм в Республике Татарстан, реализуя собственные инновационные туристские проекты, связанные с культурным наследием и развитием приоритетных туристских центров. На конкурс поступило 105 заявок из 23 районов Республики Татарстан. 63 лучших проекта были отмечены дипломами и памятными призами.



В конце декабря 2021 г. в культурном центре «Сайдаш» состоялось награждение победителей традиционного республиканского конкурса «Лидер туризма», организованного Госкомитетом. Целью конкурса является выявление лучших участников и направлений туристского рынка, объединение и стимулирование усилий туристского бизнеса на решении задачи создания в Республике Татарстан современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего вклад в развитие экономики Республики Татарстан.

Участниками конкурса традиционно являются предприятия туристической (туристские организации Республики Татарстан), музей и музей-заповедники, учебные заведения в сфере туризма, муниципальные образования, экскурсоводы, организации инфраструктуры туризма (отели и гостиницы, развлекательные комплексы, предприятия питания, сувенирные компании).

Госкомитетом в 2021 г. подготовлена заявка на реализацию туркода Старо-татарской слободы г. Казани в соответствии с приказом Ростуризма «Об организации в Федеральном агентстве по туризму работы по предварительному отбору заявок субъектов Российской Федерации о поддержке региональных программ по проектированию туристского кода центра города». Разработана презентация туркода Старо-татарской слободы на 46 листах и альбом на 20 листов. Ростуризмом подведены итоги предварительного отбора заявок субъектов Российской Федерации, по результатам которого данный проект вошел в шорт-лист как один из претендентов на победу в 2022 г.

Для продвижения и популяризации туристских возможностей Республики Татарстан Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму организовано участие в двух международных туристских выставках: «МИТТ» (16–18 марта 2021 года, г. Москва) и «Отдых» (7–9 сентября 2021 года, г. Москва).

Подготовлены туристические справочники и лифлеты с сезонными предложениями по Республике Татарстан в количестве 2 000 экземпляров, а также закуплены брендированные презентационные сувениры «Visit Tatarstan» (значки, рюкзаки, открытки, очки виртуальной реальности, флеш-карты и др.) для распространения среди посетителей выставок, а также на других промо-мероприятиях.

Для реализации программы путешествий по муниципальным районам Республики Татарстан «1 001 удовольствие за выходные» Госкомитетом разработана и изготовлена детская карта в количестве 50 000 экземпляров, которая в игровой форме предлагает юным туристам и их родителям отправиться в путешествие по представленным

маршрутам. В развороте буклет представляет собой схематичную карту Татарстана с местами для наклеек, которые учащиеся могут собрать, путешествуя по Татарстану.

Для популяризации новых запущенных в г. Казань авиарейсов организованы пять пресс-туров для журналистов и блогеров из г. Москвы, Республики Карелия, Мурманской области и других направлений.

При поддержке Госкомитета проведено шесть съёмок тревэл-передач и шоу в Республике Татарстан для трансляции на популярных видео-платформах в сети Интернет и федеральных телевизионных каналах: путешествие иностранных блогеров-миллионников из Канады, Монако, Италии, Молдовы, Индии, Замбии и Анголы по России «Who is Russia?», документальный фильм в рамках цикла «Роман в камне. Архитектурные шедевры мира» для телеканала «Россия-Культура», «Орёл и Решка» для телеканала «Пятница», сюжет «Отчёт разведки» для онлайн-сервиса по бронированию путешествий «Туту.ру», передача «Шесть чувств» для канала «Телепутешествия» телекомпании «Первый ТВЧ», туристический гид по Республике Татарстан для парламентского телевизионного канала Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации «Вместе-РФ».

В универсальной интернет-энциклопедии Википедия опубликована информационная статья о проекте «Великий Волжский путь»: https://ru.wikipedia.org/wiki/Великий_Волжский_путь. «Великий Волжский путь» – это межрегиональный туристский маршрут, разрабатываемый с 2015 г. и объединяющий серию межрегиональных маршрутов по 14 субъектам Приволжского федерального округа, имеющих географическую, историческую и культурную общность, национальную самобытность.

31 декабря 2021 г. в международном аэропорту г. Казани имени Габдуллы Тукая организована торжественная встреча новогоднего туристического чартера с интерактивным представлением в исполнении героев татарского фольклора – Кыш Бабая и Шурале.

Задача 2. Развитие туристско-рекреационного комплекса Республики Татарстан.

В части реализации указанной задачи в феврале 2021 г. между Федеральным агентством по туризму и Республикой Татарстан подписано дополнительное соглашение о выделении денежных средств в 2021 г. на строительство объекта обеспечивающей инфраструктуры «Реконструкция автомобильной дороги «Казань-Оренбург» – «Алексеевское-Высокий Колок» в Алексеевском муниципальном районе Республики Татарстан» в размере 268 275,90 тыс. руб. (бюджет РФ – 155 600,00 тыс. руб., бюджет РТ – 112 675,90 тыс. руб.).



Работы по реконструкции автомобильной дороги «Казань-Оренбург» – «Алексеевское-Высокий Колок» в Алексеевском муниципальном районе Республики Татарстан были начаты в 2020 г. и успешно завершены в 2021 году, объект введен эксплуатацию 8 декабря 2021 г. Благодаря проведенной реконструкции поездка в туристический комплекс «Великий Болгар» стала комфортнее и быстрее.

Задача 3. Формирование конкурентоспособного туристского продукта и его продвижение на перспективных туристских рынках.

Для реализации данной задачи Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму в регулярном режиме велась работа по обеспечению работы, обновлению и наполнению актуальной для туристов информацией республиканского сайта по туризму «Visit Tatarstan». За 2021 г. туристский портал Республики Татарстан «Visit Tatarstan» посетили 299 040 пользователей.

Проведены мероприятия по продвижению республиканского сайта по туризму в сети «Интернет». С июня по сентябрь 2021 г. запущена рекламная кампания туристического маршрута по муниципальным районам Республики Татарстан «1 001 удовольствие за выходные» в социальной сети «Instagram» и «ВКонтакте» среди жителей городов Республики Татарстан (Казань, Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск, Зеленодольск). С июля по декабрь 2021 г. запущены рекламные кампании туристских возможностей Республики Татарстан, а также межрегионального маршрута «Великий Волжский путь» и новогодних чартерных туров в Казань в социальных сетях «Instagram», «Facebook» и «ВКонтакте» среди жителей Москвы, Санкт-Петербурга, Мурманска, Архангельска и городов Приволжского федерального округа (Йошкар-Ола, Чебоксары, Нижний Новгород, Киров, Ижевск, Пермь, Уфа, Оренбург, Самара, Ульяновск, Саратов, Пенза, Саранск). За 2021 г. на туристский портал Республики Татарстан «Visit Tatarstan» совершено 130 362 рекламных перехода.

С целью создания конкурентоспособного контента и наполнения информационных ресурсов Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму в период с октября по декабрь подготовлена серия промо-мероприятий на деловой платформе медиахолдинга Profi. Travel (портал для профессионалов турбизнеса): состоялось 4 вебинара, опубликовано 10 статей, выпущено 7 рассылок о предложениях и мероприятиях основных туристских центров Республики Татарстан – Казанского Кремля, острова-града Свияжск, Великого Болгара, Елабуги и Тетюш, возможностях санаторно-курортного отдыха и отдыха на природе в Республике Татарстан.

В 2021 г. Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму регулярно велась деятельность по обеспечению работы туристско-информационных пунктов в международном аэропорту «Казань» и на пешеходной улице Баумана (далее – ТИПы). В ТИПах гостям республики предоставлялась информация об основных достопримечательностях Татарстана, услугах и сервисах для туристов, проводились консультации по режиму работы объектов туристского показа и туристской инфраструктуры в период ограничений, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции.

В ТИПах осуществлялась раздача туристических карт-схем Республики Татарстан и города Казани, Великого Болгара, острова-града Свияжск, а также полиграфической продукции о туристских возможностях Татарстана на русском и иностранных языках. За 2021 г. в ТИПы обратилось 13 380 туристов.

В 2021 г. проведены пять рекламных кампаний Республики Татарстан на транспорте среди жителей г. Москва и г. Санкт-Петербург. В период с августа по ноябрь в скоростных поездах «Аэроэкспресс» и «Сапсан» размещены порядка 25,5 тысяч имиджевых постеров «Татарстан: 1 001 удовольствие» и «Казань – гастрономическая столица России», а также забрендирован автобус оператора «ECOLINES», осуществляющий экспресс-перевозки по туристическому маршруту «Санкт-Петербург – Нижний Новгород – Казань».

П.3.9.1. С сентября по декабрь 2021 г. стартовала рекламная кампания в онлайн кинотеатре «ivi»: проморолики о туризме и гостеприимстве Республики Татарстан показаны зрителям в Москве, Санкт-Петербурге, Республике Башкортостан, Республике Марий Эл, Республике Мордовия, Удмуртской Республике, Чувашской Республике, Архангельской области, Кировской области, Мурманской области, Нижегородской области, Оренбургской области, Пензенской области, Ульяновской области, Самарской области, Саратовской области, Пермском крае. Охват составил 495,5 тыс. домохозяйств из указанных регионов.

П.3.9.4. 05-07 декабря 2021 г. Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму при поддержке Президента Республики Татарстан Р.Н. Минниханова и Федерального агентства по туризму проведён туристический форум VI KAZAN TOURISM FORUM 2021 «ОРИЕНТИРЫ БУДУЩЕГО». Соорганизатором форума выступило АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов».

Спикерами форума стали 50 российских и международных экспертов, среди них: Ольга Захарова – директор инициатив по развитию туризма, экологии и климату Агентства стратегических инициатив, Елена Лысенкова – заместитель руководителя Федерального агентства по туризму, Валерий



Фёдоров – генеральный директор Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Алла Беликова-Шойхет – глава представительства Национального туристического офиса Германии в России, представители компаний «Яндекс», Aviasales и др. В открытии форума приняла участие Лейла Ринатовна Фазлеева – Заместитель Премьер-министра Республики Татарстан. Более 300 делегатов посетили форум лично и более 450 участников следили за форумом онлайн (более 1 000 просмотров на канале YouTube). Всего в форуме приняли участие представители более 40 регионов России, ближнего и дальнего зарубежья.

Площадка для обмена опытом работала два дня, в течение которых прошла пленарная и семь рабочих сессий, которые затронули ряд актуальных вопросов туристической повестки: новые возможности для МСП на удалённых территориях и новые аспекты нестандартных средств размещения, система национальных троп и перспективы развития гастротуризма в стране, цифровая аналитика пути туриста, онлайн-инструменты для туристического бизнеса и цифровые решения для объектов показа.

Задача 4. Повышение качества республиканского туристского продукта, уровня гостеприимства при обслуживании туристов на объектах индустрии туризма с учётом действующих внутренних и международных стандартов.

С 6 по 9 декабря 2021 г. для 150 аккредитованных экскурсоводов Республики Татарстан организованы лекции в Литературном музее Габдуллы Тукая, Музее А.М. Горького и Музее Ф.И. Шаляпина. 10 декабря, в заключительный день семинара, участники прослушали лекции об истории и архитектуре Свияжского Успенского монастыря, истории воссоздания Собора Казанской иконы Божией Матери, о подготовке к празднованию 1100-летия принятия ислама Волжской Булгарией и проведению Всемирных зимних игр Специальной Олимпиады в 2023 г. По итогам обучения экскурсоводы получили сертификаты участников.

По программе повышения квалификации гидов-переводчиков в 2021 г. 30 экскурсоводов получили новые знания о работе с туристами на английском, испанском, французском и немецком языках, по итогам были выданы удостоверения и аккредитация для проведения экскурсий в Казанском Кремле.

Даты 2021 г. Госкомитетом совместно с Региональной ассоциацией сельского туризма Республики Татарстан в трёх муниципальных районах республики (Агрызский, Арский, Рыбно-Слободский) организованы и проведены стратегические сессии по развитию сельского туризма «Как придумать успешный турпродукт и написать проект на грант».

В течение 2021 г. волонтеры АНО «Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан» (далее – Ассамблея) приняли участие более чем в 24 туристических мероприятиях (конференции, форумы, выставки, фестивали и т. п.).

В период с 1 июня по 31 августа 2021 г. Госкомитетом совместно с Ассамблеей реализован ежегодный проект «Гостеприимная Казань». В рамках проекта волонтеры выходят на улицы и предоставляют российским и иностранным туристам информацию о городе и его достопримечательностях, проводят анкетирование среди туристов, суть которого заключается в определении портрета туриста, посещающего г. Казань/Республику Татарстан (цели посещения и предпочтения в выборе средств размещения).

Волонтеры работают в специализированных шатрах куполообразной формы. В каждом шатре распространяется информационно-раздаточная продукция: туристские карты города Казани, Великого Болгара, острова-града Свияжск, г. Елабуга, г. Чистополь, г. Тетюши, на трёх языках (русский, английский, татарский).

Также студенты-волонтеры, участвующие в проекте «Гостеприимная Казань», проходят предварительное теоретическое и практическое обучение. В ходе теоретической части обучения они изучают информацию о достопримечательностях и объектах туристской инфраструктуры города Казани, учатся навыкам техники общения с российскими и иностранными туристами, поведению в стрессовых ситуациях, улаживанию конфликтов и проблем, которые могут возникнуть у иногородних и иностранных граждан. Практическая часть обучения – это автобусно-пешеходные экскурсии по основным объектам туристского показа, где экскурсоводы города Казани знакомят студентов-волонтеров с городской инфраструктурой.

В 2021 г. волонтеры работали в трёх специализированных информационных шатрах в исторической части Казани: на ул. Кремлевской – площади 1 мая, ул. Баумана и площади перед театром им Г. Камала. Всего было задействовано 108 студентов.

За время проведения проекта к волонтерам обратилось более 33 000 туристов не только из городов Российской Федерации, но и из зарубежных стран: Италии, Грузии, Армении и др.

16–20 марта и 29 ноября – 3 декабря 2021 г. проведены две профильные образовательные смены для 160 волонтеров АНО «Ассамблея туристских волонтеров Республики Татарстан», которые принимали активное участие в организации и проведении крупных туристических мероприятий, проводимых на территории города Казани и основных туристских центров республики. В рамках мероприятий ведущие специалисты Республики Татарстан в отрасли туризма и гостеприимства провели семинары и мастер-классы для студентов. Кроме того, были определены проектные группы, которые в течение смен подготовили и представили собственные проекты в



сфере туризма, связанные с разработкой рекламных кампаний, проведением событийных мероприятий, изготовлением брендированной сувенирной продукции, внедрением новых цифровых решений.

Список литературы

1. Бунаков О.А. Анализ ситуации в сфере туризма в Республике Татарстан. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-situatsii-v-sfere-turizma-v-respublike-tatarstan/viewer> (дата обращения 20.08.2022).
2. Вагапова Ф.Г., Тимофеева Е.Р., Иминова Г.Ш., Анализ развития культурно-познавательного туризма в Республике Татарстан. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-kulturno-poznavatel'nogo-turizma-v-respublike-tatarstan/viewer> (дата обращения 20.08.2022).
3. Гильфанов А.Р. Перспектива развития туризма в Республике Татарстан. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektiva-razvitiya-turizma-v-respublike-tatarstan/viewer> (дата обращения 22.08.2022).
4. Иванов С.Е. Развитие туризма в Республике Татарстан: межрегиональное сопоставление. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-turizma-v-respublike-tatarstan-mezhregionalnoe-sopostavlenie/viewer> (дата обращения 24.08.2022).
5. Розанова Л.Н., Мухаметова Л.Р., Чинкина Д.И. Событийный туризм: опыт вовлечения нематериального культурного наследия Республики Татарстан в сферу туризма. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-opyt-vovlecheniya-nematerial'nogo-kulturnogo-naslediya-respubliki-tatarstan-v-sferu-turizma/viewer> (дата обращения 22.08.2022).

© Юсупова И.В., Селезнёв Д.К., 2022

УДК 332.02

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦПРОЕКТА «ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА» (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

Юсупова И.В.

кандидат экономических наук,
начальник отдела координации реализации госпрограмм
Министерства экономики Республики Татарстан,
доцент кафедры Экономика, организация
и управление производством

Селезнёв Д.К.

магистр,
кафедра Логистики и управления,
Казанский национальный исследовательский
технологический университет

Приоритетные направления развития туристической отрасли в Российской Федерации предлагают сохранение, в первую очередь, существующего турбизнеса, создание понятных и прозрачных условий для всех участников нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства», а также для обеспечения возможностей привлечения инвестиций в индустрию и подкрепления их необходимыми гарантиями. Предполагается, что выполнение мероприятий в рамках нацпроекта

позволит к 2030 г. удвоить такие показатели, как количество поездок граждан внутри страны, число рабочих мест в отрасли и вклад туризма в ВВП страны. Реализация нацпроекта позволит обеспечить эффект синергии, когда на каждый вложенный рубль бюджетных инвестиций будет привлечено не менее 3–4 рублей средств частных инвестиций. Это предполагает создание территориальных планов туристического развития, выделение субсидий на формирование привлекательных для туристов центров городов, а также субсидий на создание обеспечивающей инфраструктуры для туристических проектов Развитие внутреннего туризма в России является национальным приоритетом, поскольку наша страна имеет колоссальный туристический потенциал.

Ключевые слова: нацпроект, госпрограмма, туризм, гостеприимство, инфраструктура, потенциал территории, Республика Татарстан.

Структура новой госпрограммы «Развитие туризма» включает в себя три федеральных проекта: «Развитие туристической инфраструктуры», «Повышение доступности туристических продуктов» и «Совершенствование управления в сфере туризма», входящих в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», а также комплекс мероприятий «Обеспечение системы управления в сфере туризма».

Реализация госпрограммы «Развитие туризма» призвана обеспечить развитие туристической отрасли, что обеспечит возможность экономического роста в регионах, исторических городах, сельских территориях, создаст новые рабочие места, в том числе, и в малом и среднем бизнесе, простимулирует развитие более 50 смежных отраслей.

28 апреля 2021 г. утверждён паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (далее – национальный проект). Его реализация в Республике Татарстан закреплена за Государственным комитетом Республики Татарстан по туризму (далее – Госкомитет). Достижение основных показателей национального проекта до 2030 г. за период 2020–2021 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1
Основные показатели
национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»

Основные цели национального проекта	2019 год	2021 год	Темп роста
Количество внутренних туристических поездок, млн ед.	65	140	в 2,2 р.
Количество рабочих мест в отрасли, млн ед.	2,5	4,7	в 1,9 р.
Объём экспорта туристических услуг, млрд долл.	11,0	22,3	в 2 р.



Выполнение задач национального проекта планируется обеспечить за счёт реализации трёх федеральных проектов (табл. 2).

Таблица 2

Задачи национального проекта
«Туризм и индустрия гостеприимства»

	Федеральные проекты, реализуемые в рамках национального проекта
1	«Развитие туристической инфраструктуры»
2	«Повышение доступности туристических продуктов»
3	«Совершенствование управления в сфере туризма»

В рамках вышеуказанных трёх федеральных проектов будут созданы условия для:

- строительства новых и реконструкции действующих гостиничных и санаторно-курортных объектов, многофункциональных комплексов, в первую очередь под международными и федеральными брендами;
- строительства новых круглогодичных туристических «магнитов» (парки развлечений, этно-парки и т. п.);
- развития туристической инфраструктуры для активного туризма и комфортного отдыха на природе; строительства новых и благоустройства существующих пляжей у моря и на пресных водоёмах;
- строительства модульных некапитальных средств размещения (кемпингов, автокемпингов и т. п.);
- создания и развития национальных брендовых туристических маршрутов; развития туристически привлекательных деревень и сельских поселений;
- популяризации и повышения узнаваемости российских туристических направлений на внутреннем и внешнем рынках;
- повышения доступности поездок по стране для российских граждан, включая детские культурно-познавательные поездки;
- увеличения количества иностранных туристов, путешествующих по стране;
- проведения стимулирующих туристические потоки ежегодных событийных мероприятий федерального и регионального масштаба;
- совершенствования законодательства Российской Федерации в сфере туризма и индустрии гостеприимства (в том числе разработка нового федерального закона, регулирующего отношения в сфере туризма);
- координации усилий по развитию туризма на всех уровнях (федеральном, региональном, муниципальном) путём совершенствования системы управления отраслью туризма;

- развития цифровых сервисов в сфере туризма на основе единой цифровой платформы;
- цифровизации госуправления в сфере туризма, совершенствования сбора данных и статистического учёта;
- повышения качества сервиса и кадрового потенциала туристической отрасли, включая разработку и внедрение новых практико-ориентированных образовательных программ в туризме, а также повышения престижа отраслевых профессий и др.

В настоящий момент Госкомитет участвует в реализации национального проекта по мероприятию «Отбор инвестиционных проектов по строительству (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости».

Между Федеральным агентством по туризму и Республикой Татарстан заключены соответствующие соглашения о предоставлении субсидии из федерального бюджета бюджету Республики Татарстан на софинансирование следующих объектов обеспечивающей инфраструктуры (табл. 3).

Таблица 3

Софинансирование объектов обеспечивающей инфраструктуры

Наименование объекта	Общая стоимость проекта, тыс. руб.	В том числе по годам:		
		2020 год	2021 год	2022 год
«Реконструкция автомобильной дороги «Казань – Оренбург» – «Алексеевское – Высокий Колок» в Алексеевском муниципальном районе Республики Татарстан»	464 946,7	188 750,2	268 275,9	7 920,6
	Федеральный бюджет	109 475,1	155 600,0	4 593,9
	Бюджет Республики Татарстан	79 275,1	112 675,9	3 326,7
«Благоустройство территории вблизи объекта «Тюбетей тауер»	243 113,1			243 113,1
	Федеральный бюджет			141 005,6
	Бюджет Республики Татарстан			102 107,5

Финансирование, выделяемое в рамках реализации национально-го проекта, доводится в форме межбюджетных трансфертов до ответственных органов исполнительной власти Республики Татарстан.

В рамках регионального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» участие Республики Татарстан планируется в следующих конкурсах:

1. Отбор заявок субъектов Российской Федерации на поддержку региональных программ по проектированию туристического кода центра города;
2. Отбор предпринимательских инициатив в форме межбюджетных трансфертов на создание модульных некапитальных средств размещения (кемпинги и автокемпинги);
3. Отбор предпринимательских инициатив в форме межбюджетных трансфертов на развитие инфраструктуры туризма;
4. Отбор общественных инициатив в форме межбюджетных трансфертов, направленных на обустройство пляжей на пресных водоёмах; формирование локальных точек притяжения в деревнях, селах, городах; поддержку доработки существующих и создаваемых национальных брендовых туристических маршрутов (формирование дополнительных точек притяжения, санитарных зон, навигации, другой необходимой инфраструктуры, т. д.) и других.

В целях реализации национального проекта в 2021 г. решением Правительства РФ была создана АО «Корпорация Туризм.РФ». В уставной капитал АО «Корпорация Туризм.РФ» были внесены средства бюджета РФ для реализации уставных задач.

Задача Корпорации – создание туристических кластеров в регионах Российской Федерации для развития внутреннего и въездного туризма путём вхождения в уставной капитал инвестиционных проектов. Основной показатель эффективности деятельности Корпорации – количество построенных гостиничных номеров.

Сотрудничество Корпорации с регионами осуществляется по следующему принципу:

1. Регион резервирует за Корпорацией перспективную для развития туризма территорию (или территории), Корпорация рассматривает перспективность данной территории, далее для этой территории Корпорация разрабатывает мастер-план, определяет потенциальные инвестпроекты;
2. Регион передаёт Корпорации обозначенные земельные участки, входящие в выбранную туристскую территорию (или территории), на праве собственности или аренды без торгов для реализации инвестпроектов;
3. Корпорация ведёт поиск инвесторов, при реализации проектов Корпорация входит в уставной капитал инвестпроектов (25–49 % доли), после выхода каждого инвестпроекта на окупаемость Корпорация выходит из капитала путём продажи своей доли (инвестору или любому желающему). Вырученные средства Корпорация направляет на новые инвестпроекты.

Выделение межбюджетных трансфертов не предусмотрено, при реализации инвестпроектов Корпорация будет входить в уставной капитал в проекты частных инвесторов.

В рамках второго регионального проекта «Повышение доступности туристических продуктов» планируется участие Республики Татарстан в следующих мероприятиях:

1. Комплекс мер, направленный на повышение доступности и популяризации туризма для детей школьного возраста;
2. Программа поддержки и продвижения событийных массовых спортивных и культурно-зрелищных мероприятий, стимулирующих рост количества туристов, путешествующих по стране;
3. Программа стимулирования внутренних путешествий через возмещение части стоимости оплаченной туристской услуги (туристический кэшбэк);
4. Программа стимулирования внутренних коммерческих воздушных перевозок пассажиров, организованных туроператорами на внутренних направлениях;
5. Государственная поддержка организаций, обеспечивающих прирост количества посетивших Российскую Федерацию иностранных туристов;
6. Актуализация единой электронной базы объектов туристической инфраструктуры, туристских маршрутов и событий на цифровой туристической платформе и других.

Финансирование, выделенное в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», будет доводиться в форме межбюджетных трансфертов или напрямую туристам (в случае туристического кэшбэка) или туроператорам (в случае стимулирования внутренних коммерческих воздушных перевозок и поддержки организаций, обеспечивающих прирост количества посетивших Российскую Федерацию иностранных туристов).

В рамках третьего регионального проекта «Совершенствование управления в сфере туризма» запланировано:

1. Создание центра развития кадрового потенциала туристской отрасли с двуязычным дипломным образованием (на базе существующего университета);
2. Участие работников туристической индустрии в программах повышения квалификации, включая туристические акселерационные и инкубационные программы, повышение квалификации по международным стандартам ЮНВТО;

Финансирование в рамках третьего регионального проекта для Республики Татарстан не предусмотрено.



За 2021 г. на реализацию мероприятий в рамках регионального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» национального проекта было освоено 257 704,0 тыс. рублей, что составило 96,1 % от планового значения (268 275,9 тыс. руб.), в том числе межбюджетные трансферты из федерального бюджета – 149 468,3 тыс. руб. (план – 155 600,0 тыс. руб.), софинансирование со стороны Республики Татарстан – 108 235,7 тыс. руб. (план – 112 675,9 тыс. руб.).

По итогам I полугодия 2022 г. в рамках реализации национального проекта между Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации и Госкомитетом заключено Дополнительное соглашение о реализации регионального проекта «Развитие туристической инфраструктуры (Республика Татарстан (Татарстан) на территории Республики Татарстан (Татарстан) от 07.06.2022 № 069-2021-J1001-11/2 (далее – соглашение, региональный проект). В настоящий момент в рамках регионального проекта реализуются три мероприятия:

Поддержка инвестиционных проектов путём софинансирования строительства (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости (далее – мероприятие 1);

Между Федеральным агентством по туризму и Республикой Татарстан заключено соглашение от 21.03.2022 №174-09-2022-025 о предоставлении в 2022 г. субсидии из федерального бюджета бюджету РТ на софинансирование строительства объекта обеспечивающей инфраструктуры в размере 141 005,6 тыс. руб. (ассигнования и лимиты финансирования доведены до Министерства строительства, архитектуры и ЖКХ Республики Татарстан). 28.02.2022 между ГКУ «Главное инвестиционно-строительное управление Республики Татарстан» и ООО СК «Алтын-Групп» заключён государственный контракт на строительство объекта обеспечивающей инфраструктуры, начало строительных работ запланировано на сентябрь 2022 года, ввод объекта в эксплуатацию – на декабрь 2022 г.

Поддержка общественных инициатив в форме межбюджетных трансфертов на создание модульных некапитальных средств размещения (кемпинги и автокемпинги) (далее – мероприятие 2);

Между Федеральным агентством по туризму и Республикой Татарстан заключено соглашение от 20.05.2022 № 174-09-2022-062 о предоставлении в 2022 г. субсидии из федерального бюджета бюджету РТ на осуществление поддержки в размере 230 000,0 тыс. руб. (ассигнования и лимиты финансирования доведены до Госкомитета, финансирование на 06.07.2022 не поступало, кассовый расход не производился). В настоящий момент Госкомитетом готовится документация для объявления конкурса среди предпринимателей, по результатам которого планируется поддержка 3 общественных инициатив.

3. Предоставление межбюджетных трансфертов субъектам РФ в целях предоставления грантов на развитие инфраструктуры туризма (далее – мероприятие)

4. Между Федеральным агентством по туризму и Республикой Татарстан заключено соглашение от 24.06.2022 № 174-09-2022-085 о предоставлении в 2022 г. субсидии из федерального бюджета бюджету РТ на осуществление поддержки в размере 13 115,3 тыс. рублей (ассигнования и лимиты финансирования на 06.07.2022 не доведены до Госкомитета). В настоящий момент Госкомитетом готовится документация для объявления конкурса среди предпринимателей, по результатам которого планируется предоставление 5 грантов.

По состоянию на 1 июля 2022 г. плановое значение финансирования мероприятий регионального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» национального проекта в 2022 г. составило 527 063,7 тыс. рублей, в том числе: межбюджетные трансферты из федерального бюджета – 371 005,6 тыс. руб., софинансирование со стороны Республики Татарстан – 156 058,1 тыс. руб.

Следует отметить, что текущий год в Республике Татарстан ознаменован очередным витком развития внутреннего туризма. Организованный поток в Республику Татарстан за прошлый 2021 г. составил 3,3 млн человек, что на 74 % выше аналогичного периода 2020 г. (1,9 млн человек). Туристический поток в основные туристские центры Татарстана за 8 месяцев 2022 г. по сравнению с 8 месяцами 2021 г. увеличился на 48,8 %, а в некоторых центрах, таких, как Великий Болгар – на 154,2 %. Растёт показатель средней загрузки гостиниц и аналогичных средств размещения республики. Загрузка коллективных средств размещения за 8 месяцев 2022 г. выросла на 8 %.

В рамках реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в Республике Татарстан планируется запуск инициатив для улучшения кадрового потенциала в сфере туризма, цифровизации отрасли, а также по совершенствованию нормативной базы и продвижению отечественного турпродукта.

Список литературы

1. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». – URL: tourism.gov.ru
2. Разинков А. Коронавирус сформировал новые тренды в туризме // Ведомости. 2021. – 5 декабря. – URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2021/05/12/869463-koronavirus-turizme>.
3. Россия – лидер по темпам восстановления внутреннего туризма // Сбер Про/Медиа. 2022. – 15 сентября. – URL: <https://sber.pro/publication/turisticheskie-trendy-kuda-i-kak-my-budem-puteshestvovat-zavtra/>

© Юсупова И.В., Селезнёв Д. К., 2022



Научное издание

ТУРИЗМ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Материалы
международной научно-практической
конференции

Сочи, 3-6 октября 2022 г.

Публикуются в авторской редакции

Электронное издание

Под редакцией
д.с.-х.н., академика РАН
Рындина Алексея Владимировича

Подписано в печать 25.11.22. Формат 70 x 100_{1/16}.
Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. 52,57. Уч.-изд. л. 37,63
Гарнитура шрифта Times New Roman. Тираж 500 экз. Заказ №

Федеральное
государственное бюджетное учреждение науки
Федеральный исследовательский центр
«Субтропический научный центр
Российской академии наук»

354002, г. Сочи, ул. Я. Фабрициуса, д. 2/28