Журнал «Рекреация и туризм» № 1 (17) 2023

Главный редактор

Романова Галина Максимовна — доктор экономических наук, профессор, действительный член Национальной академии туризма, председатель Сочинского отделения Общероссийской общественной организации «Российское профессорское собрание»

Председатель редакционного совета

Карпова Галина Алексеевна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета, вице-президент Национальной академии туризма

Редакционная коллегия:

Романова Галина Максимовна — доктор экономических наук, профессор, действительный член Национальной академии туризма, председатель Сочинского отделения Общероссийской общественной организации «Российское профессорское собрание» — главный редактор

Гриненко Светлана Викторовна — доктор экономических наук, профессор, профессор Международного банковского института им. А. Собчака — заместитель главного редактора

Гварлиани Татьяна Евгеньевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и финансов Сочинского государственного университета

Ердакова Виктория Павловна — доктор технических наук, доцент, профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса Сочинского государственного университета

Брюханова Галина Дмитриевна — доктор медицинских наук, профессор кафедры управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета

Макаров Константин Николаевич — доктор технических наук, профессор, профессор кафедры строительства и сервиса Сочинского государственного университета

Оборин Матвей Сергеевич — доктор экономических наук, кандидат географических наук, доцент, Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

Редакционный совет:

Карпова Галина Алексеевна — председатель — доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета, вице-президент Национальной академии туризма (г. Санкт-Петербург)

Быков Анатолий Тимофеевич — доктор медицинских наук, членкорреспондент РАМН, профессор, заведующий кафедрой Кубанского государственного медицинского университета (г. Краснодар)

Ветитнев Александр Михайлович — доктор медицинских наук, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и менеджмента Сочинского государственного университета (г. Сочи)

Давыденко Дмитрий Викторович — Председатель Всероссийского объединения туристов, уполномоченный по защите прав туристов и авиапассажиров (г. Москва)

Киселева Наталья Николаевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры государственного, муниципального управления и права Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва)

Кружалин Виктор Иванович — доктор географических наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (г. Москва)

Морозов Михаил Анатольевич — доктор экономических наук, профессор, время профессор каф. гостиничного и туристического менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова (г. Москва)

Павлов Евгений Александрович — кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой Российского университета спорта «ГЦОЛИФК» (г. Москва) Шерешева Марина Юрьевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра прикладной институциональной экономики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (г. Москва)

Шарафутдинов Владимир Насибуллович — кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник ФИЦ «Субтропический научный центр Российской академии наук» (г. Сочи)

Цёхла Светлана Юрьевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента предпринимательской деятельности Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского (г. Симферополь)

0 журнале

Журнал «Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм» зарегистрирован в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-72037 от 26 декабря 2017 г.

Журнал включен в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). «LIBRARY.RU

Журнал рекомендован Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (5.2.3. — экономические науки, 5.2.6. — экономические науки)

Основная миссия журнала состоит в формировании открытого пространства для открытой научной полемики в целях информационной поддержки научных исследований и разработок в сфере рекреации и туризма.

Журнал освещает актуальные проблемы развития сферы рекреации и туризма, смежных с туризмом и рекреацией сфер деятельности, а также вопросы менеджмента туристских дестинаций, предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Прием статей осуществляется по следующей номенклатуре научных специальностей:

- 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)
- 5.2.6. Менеджмент (экономические науки)

Контакты редакционной коллегии «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»:

354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.; Тел.: +7 (862) 264-86-27; E-mail: science-dpt@mail.ru;

Заместитель главного редактора «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»: доктор экономических наук, профессор Гриненко Светлана Викторовна 8-(918)-400-40-61; E-mail: profjournal2022@gmail.com

Учредитель

Общество с ограниченной ответственностью
«Издательская группа «Юрист» (115035, г. Москва,
Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)
Общероссийская общественная организация «Российское
профессорское собрание» (115035, г. Москва,
Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)
Некоммерческое партнерство «Образовательный
консорциум Среднерусский университет»
(248600, Калужская область, г. Калуга, ул. Гагарина, д.1)
Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования «Сочинский государственный университет», адрес: 354000, г. Сочи, ул. Советская 26 а,

«Vnan-f

Издатель

Общероссийская
общественная организация
«Российское профессорское
собрание»
(115035, г. Москва,
Космодамианская набережная
26/55, стр. 7)

Подписной индекс в объединенном каталоге «Урал-Пресс» — 79622

СОДЕРЖАНИЕ

ОФИЦИАЛЬНО
Официальная рубрика
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА
Морозов Михаил Михайлович
Импортозамещение в сфере туристских и гостиничных услуг4
Карпова Галина Алексеевна, Бурцев Павел Сергеевич
Проблемы и факторы развития технологических инноваций в индустрии туризма в России
Левченко Константин Константинович
Оценка результативности развития внутреннего туризма
региона
Клименко Татьяна Игоревна, Кандыба Ольга Викторовна
Содержание профессий как детерминанта качества
экскурсионной услуги
Карпова Галина Алексеевна,
Ходанова Александра Владимировна
Оценка влияния культурно-событийных мероприятий
на аттрактивный потенциал дестинации41
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СМЕЖНЫХ С ТУРИЗМОМ И РЕКРЕАЦИЕЙ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Анопченко Татьяна Юрьевна,
Воронина Наталья Федоровна
Анализ документа стратегического развития регионов РФ48

Уважаемые коллеги!

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЫПУСКОВ ЖУРНАЛА В 2023 ГОДУ:

Решением президиума ВАК от 08.02.2023 Профессорский журнал Серия «Рекреация и туризм» включен в ПЕРЕЧЕНЬ рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по 2 специальностям.

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика

5.2.6. Менеджмент

Индустрия туризма и гостеприимства, являясь значимой сферой экономики России, функционирует в условиях новой реальности, что обусловливает как большое количество проблем, так актуализирует запрос на предложения по их нивелированию, по решению ряда задач, позволяющих вывести сферу туризма на новый уровень, воспользовавшись возможностями кризиса.

Именно поэтому в выпусках Профессорского журнала «Рекреация и туризм» в 2023 году уделим внимание важным стратегическим направлениям развития сферы туризма и гостеприимства:

- ✓ Антикризисное стратегическое управление;
- ✓ Развитие внутреннего туризма;
- ✓ Брендинг туристских дестинаций в контексте развития внутреннего туризма России:
- ✓ Экономика впечатлений как основа развития туристских дестинаций;
- ✓ Сфера гостеприимства стратегии развития в условиях новой реальности;
- ✓ Цифровизация индустрии туризма и гостеприимства;
- ✓ Развитие детского туризма;
- ✓ Сохранение и развитие санаторно-курортного комплекса России;
- ✓ И другие аспекты устойчивого развития туризма и гостеприимства!

Также напоминаем, что приветствуем научных руководителей с аспирантами — публикация результатов исследований аспирантов и магистрантов, важная часть научно-исследовательской деятельности и Профессорский журнал «Рекреация и туризм» является платформой для обмена опытом, проблемами и предлагаемыми решениями!

В этом номере журнала представляем редакторскую аналитику публикаций в сфере туризма и гостеприимства. Безусловно, сложно охватить все возможные ключевые слова публикаций для полного анализа, но и приведенные результаты, на наш взгляд, позволяют сориентироваться в проблемном поле и выбрать актуальное направление исследований, а также осуществить грамотный анализ существующих публикаций для использований опыта коллег при разработке эффективных решений.

Редакция Профессорского журнала «Рекреация и туризм»

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-4-9

Импортозамещение в сфере туристских и гостиничных услуг

Import substitution in the field of tourism and hotel services

Морозов Михаил Михайлович,

к.э.н., доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного дела РосНОУ, г. Москва **E-mail:** m.morozov@bk.ru

Morozov Mikhail,

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Tourism and Hospitality, RosNOU, Moscow

Аннотация: целью исследования является изучение возможностей и направлений импортозамещения в сфере туризма и гостеприимства в условиях новой реальности. Вопросы
импортозамещения стали особенно актуальными в связи с обострением геополитической
ситуации и санкциями, наложенными на Россию недружественными странами. Показано, что импортозамещение связано как с замещением самих туристских услуг, так
и с необходимостью замены IT-обеспечения туристской и гостиничной деятельности.
В условиях глобализации туристского и гостиничного рынка российские предприятия
туристской и гостиничной индустрии широко использовали зарубежные IT-разработки,
включая системы бронирования, программы управления отелями, цифровые технологии и пр.
Начиная с марта 2022 года с российского рынка стали уходить или приостанавливать свою
деятельность международные гостиничные сети, ограничили свою деятельность системы
бронирования, IT-компании, платежные системы и пр., что усложнило деятельность
российских предприятий индустрии туризма и гостеприимства. В исследовании проведен
анализ возможностей импортозамещения по предоставлению туристских и гостиничных
услуг и сформулированы предложения о решении этой проблемы.

Ключевые слова: туристские услуги, гостиничные услуги, информационно-коммуникационное обеспечение, цифровизация, цифровые технологии, импортозамещение.

Jel code: Z3, L83

Abstract: The purpose of the study is to study the possibilities and directions of import substitution in the field of tourism and hospitality in the new reality. The issues of import substitution have become especially relevant due to the aggravation of the geopolitical situation and the sanctions imposed on Russia by unfriendly countries. It is shown that import substitution is associated both with the substitution of tourist services themselves, and with the need to re-place IT-support for tourist and hotel activities. In the context of the globalization of the tourism and hotel market, Russian enterprises in the tourism and hotel industry widely used foreign IT developments, including booking systems, hotel management programs, digital technologies, etc. Starting from March 2022, international hotel chains began to leave the Russian market or suspend their activities, have limited their activities of booking systems, IT companies, payment systems, etc., which has complicated the activities of Russian enterprises in the tourism and hospitality industry. The study analyzes the possibilities of import substitution for the provision of tourism and hotel services and formulates proposals for solving this problem.

Keywords: tourism services, hotel services, information and communication support, digitalization, digital technologies, import substitution.

4 Рекреация и туризм

1. ВВЕДЕНИЕ

Мировая индустрия туризма и гостеприимства продолжает медленно восстанавливаться после катастрофического воздействия на нее пандемии. Однако российский туристский и гостиничный бизнес столкнулся с рядом проблем, порожденных обострением геополитической ситуации и огромным количеством санкций, введенных против Российской Федерации. Напрямую эти санкции не связаны с туризмом и гостеприимством, но тем не менее отражаются на нем в связи с ужесточением получения виз российскими гражданами в ряд европейских недружественных стран, ограничениями по использованию банковских карт россиян, уходом с российского рынка ряда систем бронирования и др. Кроме того, резко снизился туристский поток иностранных граждан в Россию, в том числе в силу формирования негативного имиджа нашей страны. Несмотря на неблагоприятную политическую ситуацию, российская индустрия туризма и гостеприимства успешно преодолевает возникающие трудности. В условиях новой реальности наиболее важными вопросами являются поиски путей импортозамещения в индустрии туризма и гостеприимства как самих туристских услуг, так и информационно-коммуникационного обеспечения туристской и гостиничной деятельности.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В последние годы вопросы импортозамещения стали особенно актуальными для российской экономики, соответственно, активизировались научные исследования по этой тематике. Следует отметить ряд трудов, в которых рассматриваются общетеоретические вопросы проблемы импортозамещения, в частности, это статьи Белобрагин В.Я. [1], Поповой И.Н., Сергеевой Т.Л. [19], и других [3, 20].

С учетом того, что сфера туризма и гостеприимства, начиная с 60-х годов прошлого века, активно использует информационно-коммуникационные и в последнее время цифровые технологии, следует отметить научные труды в этом направлении, к которым относятся работы Карплюк М. и Богомоловой Е.С. [5], 2017 [15], 2018 [16,17]), 2020 [11] и др.

Уход в 2022 году с российского рынка зарубежных ІТ-компаний обострил проблему импортозамещения в сфере ІТ-технологий, которая исследована в трудах Громова Ю.Ю., Пушкина П.Ю., Карасева П.И., Иванова А.Г. [4], Мерджановой Л.З., Демироглу Н.Б. [8], Руденко М.Н., Чернявского С.В., Чернявского В.С., Субботиной Ю.Д. [21] и др. Заслуживают внимания работы, посвященные импортозамещению информационных технологий в туризме Костина К.Б., Березовской А.А. [7], Харченко Д.Е., Лебедевой С.А. [6] и др.

Однако вопросы системного анализа возможностей и путей импортозамещения в сфере туризма и гостеприимства в научной литературе не нашли должного отражения, что обусловило тематику данного исследования.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При проведении исследования применялись монографический, статистический, экономико-аналитический, сравнительный методы, которые позволили выявить основные возможности и направления импортозамещения в сфере туристских и гостиничных услуг.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Развитие туристской и гостиничной индустрии признается одним из важнейших факторов развития ряда российских регионов [12, 13]. Ключевым вопросом конкурентоспособности предприятий туристской и гостиничной индустрии становится оказание услуг с применением цифровых технологий [18]. Особенно это требование стало важным во время пандемии, когда необходимо было обеспечить максимальный уровень бесконтактного обслуживания [14]. В период ковидных ограничений туристские потоки резко упали на макро-, так и на мезоуровне, что негативно сказалось на экономических показателях деятельности предприятий туристской индустрии. Начиная с 2021 года туристский и гостиничный бизнес начал медленно восстанавливаться, однако в начале 2022 года геополитическая ситуация резко обострилась, что привело к проблемам в сфере туризма и индустрии гостеприимства.

С точки зрения импортозамещения в туристской и гостиничной индустрии следует выделить три направления:

- импортозамещение туристских потоков.
- импортозамещение туристских продуктов,
- импортозамещение IT-технологий в сфере туризма и гостеприимства.

Импортозамещение туристских потоков связано с их переориентацией с одного вида туризма на другой. Прежде всего, импортозамещение касается въездного потока иностранных граждан в Российскую Федерацию. На рисунке 1 показана динамика изменения въездного туристского потока иностранных граждан с 2014 по 2022 года.

Как показано на рисунке 1, с 2014 до 2019 годы въездной туристский поток был достаточно стабилен, резкое падение в 2020 году было обусловлено влиянием пандемийных ограничений. В 2021 году наметился тренд к повышению туристского потока, но в 2022 въездной туристский поток опять снизился вслелствие начала специальной военной операции. Въездной туристский поток прежде всего сказался на гостиничном бизнесе, в частности, тех средствах размещения, которые принимали иностранных туристов. Тенденции изменения числа въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию и числа иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения, коррелируются между собой, что видно из данных рисунка 1. С 2020 года число иностранцев, размещенных в российских коллективных средствах размещения, резко уменьшилось.

Импортозамещение туристских потоков проявляется в том, что снижение въезлных-выезлных потоков компенсируется увеличением внутреннего потока туристов. На рисунке 2 показана динамика изменения численности граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения. Минимальное значение было в 2020 году, что обусловлено влиянием пандемийных ограничений. Последующие два года характеризуются увеличением численности размещенных россиян в коллективных средствах размещения, что полностью согласуется с ростом внутреннего туристского потока.

Таким образом, импортозамещение в части туристских потоков проявилось в замещении въездного и выездного туристского потока путешествиями граждан России по своей стране и их размещением в российских коллективных средствах размещения.

Импортозамещение туристских продуктов проявляется в том, что вместо иностранных туристских продуктов, которыми пользовались наши туристы при совершении зарубежных поездок, они стали приобретать туры по России, т.е. замещали зарубежные туры на российские. На рисунке 3 показана динамика

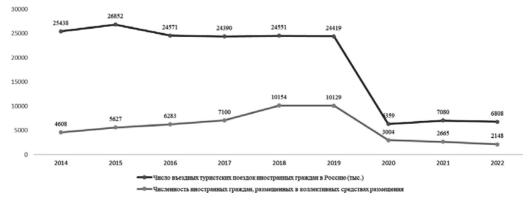


Рисунок 1. **Въездной туристский поток (в тысячах поездок) и число иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения (в тысячах человек)** (Source: составлено автором по данным Pocctata https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm)

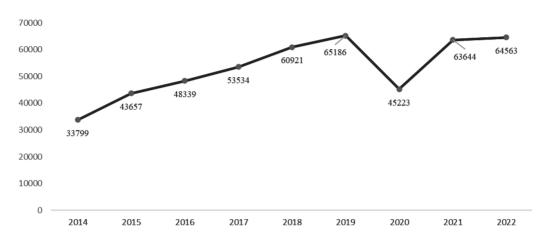


Рисунок 2. Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения (в тысячах человек) (Source: составлено автором по данным Росстата https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm)

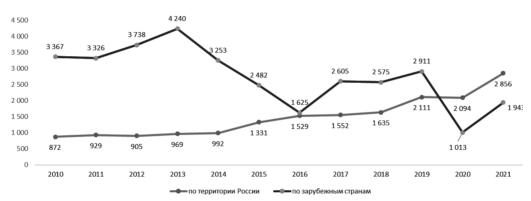


Рисунок 3. Динамика продаж туристских продуктов гражданам России по нашей стране и по зарубежным странам (тысяч штук)

(Source: составлено автором по данным Росстата https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm)

продаж туристских продуктов гражданам России по нашей стране и по зарубежным странам.

До 2020 года количество реализованных гражданам России туристских продуктов в зарубежные страны всегда превышало количество турпродуктов по нашей стране. В 2020 году пандемия негативно повлияла на количество зарубежных путешествий россиян, в этом году было продано всего чуть более миллиона турпакетов в зарубежные страны. При этом количество проданных турпакетов по России изменилось несущественно с 2111 тысяч в 2019 году до 2094 тысяч

в 2020 году. В 2021 году число проданных турпакетов по России было почти в 1,5 раза больше, чем зарубежных туров. Таким образом, налицо импортозамещение зарубежных туров российскими турпродуктами.

Импортозамещение IT-технологий в сфере туризма и гостеприимства проявляется в замещении иностранных программных продуктов на отечественные. Для того, чтобы обеспечить импортозамещение в сфере туризма и гостеприимства необходимо повысить цифровые компетенции сотрудников туристских и гостиничных предприятий [9, 10].

Основная сложность заключается в том, что глобализация туристской и гостиничной деятельности, развивавшаяся во все предыдущие годы, привела к широкому использованию зарубежного IT в туризме и гостеприимстве. Стоит упомянуть глобальные системы бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, которые применялись в России с середины 60-х годов двадцатого века [16 или 17]. Широкое распространение получили системы бронирования Booking и AirBnb. Работающие на российском гостиничном рынке международные гостиничные сети использовали зарубежные системы управления отелями Opera, Fidelio и другие. В 2022 году многие иностранные компании, в том числе работающие в индустрии гостеприимства, ушли с нашего рынка. В том числе это коснулось и ухода с российского рынка систем бронирования Sabre, Booking, AirBnb. Таким образом, вопросы замещения программного обеспечения встали очень остро.

В настоящее время активно ведутся работы по созданию отечественного программного обеспечения, способного заместить зарубежное ІТ. Еще в 2019 году Правительство РФ издало постановлении об импортозамещении автоматизированных информационных систем управления воздушными перевозками¹. Это важное упреждающее управленческое решение, которое было направлено на обеспечение суверенитета Российской Федерации в авиатранспортной сфере.

В рамках импортозамещения компания «Сирена-Трэвел» в партнерстве с Ростехом разработали российскую систему обслуживания авиапассажиров «Леонардо», которая реализует управление расписаниями рейсов, ресурсами

рейсов, пересадками пассажиров и управлением продаж. Она успешно заместила зарубежное программное обеспечение². Многие годы российские авиакомпании пользовались услугами западных систем бронирования Sabre, Navigate и Amadeus. Крупнейшая российская авиакомпания Аэрофлот также использовала систему глобального бронирования Sabre, которая в 2022 году ушла с российского рынка в связи с санкциями против России, наложенными недружественными странами. Официальный запуск автоматизированной информационной системы «Леонардо» был осуществлен еще в 2014 году, что смягчило разрыв производственных связей с Sabre. Систему «Леонардо» также используют авиакомпании Red Wings, «Аврора», «Рус-лайн», «Ямал», «Ютэйр», «Алроса», «Победа».

Уход в марте 2022 года с российского рынка зарубежных систем бронирования Booking, AirBnb способствовал более широкому распространению существующих ранее сервисов бронирования OneTwoTrip, Ostrovok.ru, Bronevik.com, Суточно.ру, Ozon Travel и т.п. Несмотря на то, что эти сервисы не имеют такой функциональной полноты, как Booking, AirBnb, тем не менее они оказались довольно хорошей заменой зарубежным системам бронирования.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что развитие индустрии туризма и гостеприимства продолжается в условиях новой реальности, когда резко уменьшился въездной поток туристов, недружественными странами установлены ограничительные меры по выдаче виз, ряд программных продуктов, включая системы бронирования, стали недоступны для российских туристов и субъектов туристской деятельности. В этих условиях необходимо использовать методы импортозамещения туристских продуктов и ІТ-технологий, которые заменят иностранные разработки.

Постановление Правительства Российской Федерации от 24.07.2019 № 955 «Об утверждении требований к автоматизированной информационной системе оформления воздушных перевозок, к базам данных, входящим в ее состав, к информационно-телекоммуникационной сети, обеспечивающей работу указанной автоматизированной информационной системы, к ее оператору, а также мер по защите информации, содержащейся в ней, и порядка ее функционирования» [Электронный ресурс] URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/ View/0001201908020011 (дата 10-02-23)

Ростех представит российскую систему бронирования «Леонардо» на выставке NAIS-2023 [Электронный ресурс] URL: https://rostec.ru/ news/rostekh-predstavit-rossiyskuyu-sistemubronirovaniya-leonardo-na-vystavke-nais-2023 (дата обращения 10-02-23)

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белобрагин В.Я. Импортозамещение как элемент устойчивого развития страны / В.Я. Белобрагин // Стандарты и качество. 2022. № 8. С. 92–97.
- 2. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: монография / А.В. Шаркова, А.А. Прудникова, Г.В. Колесник [и др.]; под общей редакцией М.А. Эскиндарова. 2-е изд. Москва: Дашков и К°, 2020. 605 с.
- 3. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции: монография / А.В. Шаркова, И.Н. Шапкин, Л.А. Чалдаева [и др.]; под общей редакцией М. А. Эскиндарова. 2-е изд. Москва: Дашков и К°, 2021. 352 с.
- Громов Ю.Ю. Проблемы и перспективы импортозамещения программного обеспечения в Российской Федерации / Ю.Ю. Громов, П.Ю. Пушкин, П.И. Карасев, А.Г. Иванов // Информация и безопасность. 2022. Т. 25. № 1. С. 37–44.
- Карплюк М. К вопросу цифровизации гостинично-туристического бизнеса в России / Карплюк М., Богомолова Е.С. // Гостиничный бизнес. 2022. № 8. С. 503–511.
- 6. Харченко Д.Е. Импортозамещение цифровых технологий в туристическом бизнесе в эпоху экономических преобразований / Харченко Д.Е., Лебедева С.А. // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 4. С. 2717—2730.
- 7. Костин К.Б. Трансфер цифровых технологий в индустрии международного туризма / К.Б. Костин, А.А. Березовская // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12. № 2. С. 661–678.
- 8. Мерджанова Л.З. Проблемы импортозамещения на рынке IT-технологий / Мерджанова Л.З., Демироглу Н.Б. // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2022. № 3 (77). С. 72—77.
- 9. Морозов М.А. Подходы к оценке соответствия образовательных программ профессиональным стандартам / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Высшее образование сегодня. 2017. № 10. С. 13–17.
- 10. Морозов М.А. Цифровые коммуникации в образовательных и профессиональных стандартах / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Человеческий капитал. 2022. Т. 1. № 12 (168). С. 184—190.
- 11. Морозов М.А. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. № 4. С. 27—36.
- 12. Морозов М.А. Развитие туризма на территории России: конкурентоспособность, эффективность и устойчивость / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, В. Белянский [и др.] // Журнал экологического менеджмента и туризма. 2017. Т. 8. № 4 (20). С. 875–881.
- 13. Innovative development of the regional economy: monography / M.A. Morozov, N.S. Morozova, M.M. Morozov, M.B. Moldazhanov; ed. by M.A. Morozov. Semey, 2019, 104 p.
- 14. Морозов М.А. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Т.И. Зворыкина // Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104—108.
- 15. Морозов М.М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме / Морозов М.М. // Сочинский экономический журнал. 2017. № 11 (4). С. 295—301.
- 16. Морозов М.М. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики / М.М. Морозов // Туризм: право и экономика. 2018. № 3. С. 7—10.
- 17. Морозов М.М. Информационное обеспечение процесса управления туризмом / М.М. Морозов // Вестник Российского Нового Университета. Серия: Человек и общество. 2018. № 1. С. 142—146.
- 18. Морозова Н.С. Конкурентные преимущества в сфере туризма и гостиничного бизнеса в условиях глобальной цифровизации / Н.С. Морозова, М.М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2020. № 1. С. 60—64.
- 19. Попова И.Н. Импортозамещение в современной России: проблемы и перспективы / И.Н. Попова, Т.Л. Сергеева // Beneficium. 2022. № 2 (43). С. 73—84.
- Редькина Е.М. Импортозамещение в туриндустрии России: проблемы и перспективы / Е.М. Редькина // Общество: политика, экономика, право. 2022. № 10. С. 57—60.
- 21. Руденко М.Н. Импортозамещение информационно-коммуникационных технологий в России / М.Н. Руденко, С.В. Чернявский, В.С. Чернявский, Ю.Д. Субботина // Вестник Томского государственного университета. Эконом. 2022. № 58. С. 77—87.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-11-19

Проблемы и факторы развития технологических инноваций в индустрии туризма в России

Problems and factors of development of technological innovations in the tourism industry in Russia

Карпова Галина Алексеевна,

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой экономики и управления в сфере услуг, Санкт-Петербургский государственный экономический университет,

г. Санкт-Петербург **e-mail:** karpovaga@rambler.ru

Бурцев Павел Сергеевич.

магистрант,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия e-mail: pasha.burtsev.2015@mail.ru

Galina Karpova,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Management in the Service Sector, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

Burtsev Pavel,

Master's student, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

Аннотация. Целью исследования является выявление проблем и факторов, оказывающих влияние на развитие технологических инноваций в индустрии туризма в России, а также разработка рекомендаций для устранения существующих препятствий развития. Для написания научной работы был использован метод исследования анализ. Результатом исследования является подробный анализ и разбор наиболее существенных сложностей и проблем в развитии технологических инноваций в отрасли туризма; перечень факторов, стимулирующих рост инновационной активности в России; выработка ряда конкретных рекомендаций по решению существующих проблем. Работа имеет научную ценность, а результаты работы могут быть учтены и применены на практике организациями в области туризма.

Ключевые слова: технологические инновации, туризм, информационные технологии, туристский продукт.

Jel code: L83, Z32

Abstract. The purpose of the study is to identify problems and factors that influence the development of technological innovations in the tourism industry in Russia, as well as to develop recommendations for eliminating existing development obstacles. To write a scientific work, the method of research analysis was used. The result of the study is a detailed analysis of the most significant difficulties and problems in the development of technological innovations in the tourism industry; a list of factors stimulating the growth of innovation activity in Russia; development of a number of specific recommendations for solving existing problems. The work has scientific value, and the results of the work can be taken into account and put into practice by organisations in the field of tourism.

Keywords: technological innovations, tourism, information technologies, tourist product

1. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что технологические инновации играют важную роль в любой отрасли производства товаров и услуг, в том числе и в индустрии туризма, так как предполагают создание нового или совершенствование старого продукта, что крайне важно для развития любой организации. Ни для кого не секрет, что в современном, быстро меняющемся мире, инновации оказывают существенное влияние на любую отрасль производства. В первую очередь, инновации дают возможность бизнесу продолжать существовать, а также стимулируют рост и предоставляют конкурентные преимущества на рынке перед другими организациями и предприятиями. Продвижение и развитие любой сферы производства товаров и услуг затруднительно, а иногда и невозможно без внедрения каких-либо новых технологических решений и научных достижений, а также модификации и совершенствования уже существующих и зарекомендовавших себя технологий.

2. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ БИЗНЕСА В ТУРИНДУСТРИИ

В особенности, для бизнеса важны технологические инновации. Подобные инновации представляют собой уже полученный результат инновационной активности, который является усовершенствованным или новым продуктом, или услугой, либо новым или усовершенствованным способом передачи продукта или услуги, а также предполагают его применение на практике.

Технологические инновации существенно влияют и на отрасль туризма. Наиболее ярким примером технологической инновации в туристской отрасли является появление в своё время такой технологии как сервисы бронирования отелей, без которых сегодня сложно представить планирование путешествий, а также взаимодействие туристов с организациями, предоставляющими услуги размещения.

Необходимо отметить, что анализ проблем и факторов развития в особенности важен для индустрии туризма в России, так как на конец 2022 года, ситуация на российском рынке туристских услуг находится в крайне нестабильном положении. Некоторые направления деятельности туристских организаций, такие как, напри-

мер, морской круизный туризм, находятся на грани исчезновения [15]. Подавляющее большинство организаций данной сферы в последние годы сталкивается с рядом внешних и внутренних угроз, которые значительно замедляют их развитие. При этом, переориентация направления туристкой деятельности, совершенствование способов предоставления услуг, либо предоставление совершенно новой услуги, в перспективе способны сохранить бизнес и увеличить его стабильность на рынке. По этой причине, внедрение технологических инноваций в виде нового туристского продукта или усовершенствованного способа реализации такого продукта являются эффективными решениями, на которых необходимо концентрироваться российскому бизнесу в текущей экономической и политической ситуации.

Следует отметить, что в данной научной работе сделан упор на исследование проблем и факторов развития технологических инноваций в сфере туризма с применением информационных технологий и IT, так как подобные инновации являются наиболее распространенными и эффективными для туристской отрасли.

3. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Однако, несмотря на важность внедрения и развития технологических инноваций, большинство таких решений очень медленно развиваются, либо вовсе прекращают своё существование после недолгого применения на практике.

Для инновационных стартапов практически в любой отрасли крайне важен спрос на их продукт. При этом, очень часто инновационные продукты не пользуются ожидаемым спросом, который предвидится изначально. Как и в случае с другими отраслями это касается инновационных технологических решений в туризме. Некоторые эксперты объясняют такую тенденцию тем, что в России, на данный момент времени, не у всех людей сложилось позитивное отношение к каким-либо инновациям в принципе. Как утверждает источник «Comnews», «40% российских граждан считают, что Цифровизация негативно сказывается на жизни людей, причем 11% однозначно уверены в негативном влиянии». Представленные данные приводит исследовательских холдинг «Ромир»

по результатам исследования, опубликованного в 2021 году. «Больше других такого мнения придерживаются люди небольших городов с населением до 500 тыс. человек (42%), а также люди с незаконченным высшим образованием (48%)» [16].

Также, в исследовании аналитического центра НАФИ и АНО «Цифровая экономика», проведённого в 2019 году, говорилось о том, что большая часть граждан России не обладают достаточной информацией об инновационных технологических решениях. «По результатам опроса в мае 2019 года, 60% россиян считают себя плохо информированными о современных технологиях. Почти половина опрошенных (44%) редко обращают внимание на новости из мира высоких технологий, а каждый пятый (21%) совсем не интересуется сообщениями по этой теме». «Исследование основано на данных опроса 1600 человек в 150 населенных пунктах в 50 регионах РФ. В опросе приняли участие россияне в возрасте от 18 лет» [19].

Также проводились и другие исследования, демонстрирующие схожую тенденцию слабого интереса и негативного отношения к инновационным решениям. Такие результаты исследований говорят о том, что на данный момент времени почти у половины населения России не сложилось позитивного отношения к современным инновационным технологиям. Люди с определённым опасением относятся к новым IT-продуктам, которые имеют потенциал существенно облегчить и ускорить различные рутинные процессы в организациях, в том числе и в индустрии туризма, и не сильно интересуются актуальными разработками. То же касается и самих предпринимателей, персонала организаций в сфере туризма и гостеприимства, большинство из которых субъективно относятся к различным нововведениям, тем более к участию в разработке новых технологических решений, которые являются наиболее финансово затратными. Так, например Аркадий Дворкович, глава фонда «Сколково», в своем интервью для РБК в 2020 году утверждал, что в России предприниматели неохотно принимают на себя риски: «... у нас ни предприниматели, ни государство, ни правоохранительные органы не готовы к тому, что люди теряют деньги» [3]. Исходя из анализа других источников, можно сделать вывод о том, что большая часть организаций в сфере туристских и гостиничных услуг ориентируются на получение дохода в краткосрочной перспективе. Другими словами, стратегия развития таких предприятий не предполагает применение новых технологий и сопутствующего вложения финансовых средств на долгий срок.

Второй проблемой, которая негативно влияет на развитие технологических инноваций в туриндустрии, является отсутствие у организаций отрасли собственных источников финансирования. За последние несколько лет в отрасли туризма и гостеприимства наблюдается проявление кризисных явлений. Банкротства известных компаний туриндустрии являются определённым свидетельством существенных финансовых потерь, большинство из которых приходится на период с 2020 по 2021 год. Наиболее яркими примерами стали банкротства таких крупных туроператоров как «Русь-тур» и «Индиго-Тур» [17].

Однако кризисные тенденции наблюдаются и с более ранних лет. Осенью 2018 года прогремело банкротство «Натали Турс», затем разорилась туристическая компания «Данко» [11]. Более того, исходя из анализа информационных источников можно сделать вывод о том, что крупные отельные и рекреационные комплексы последние годы показывают меньшую экономическую эффективность в сравнении с 2019 годом и ранее. Глава Ростуризма, Зарина Догузова, заявляет, что поступление в российскую экономику денег от въездного туризма в 2022 году составит 2 млрд долларов против 11 млрд в 2019 году [8].

Также, как утверждает интернет-источник «Tadviser», снижение прибыли турагентств, причиной которого является сокращение числа выездных поездок граждан России, приводит к такому состоянию организаций на рынке, что они отказываются от офисов и «оффлайн» точек. К октябрю 2022 года, за предыдущий год, число офисов организаций в наиболее крупных городах снизилось на 11% до 7,1 тыс. [22]. В то же время, существенные финансовые потери приводят к сокращению количества предприятий отрасли туризма. Наиболее явно это прослеживается на динамике количества туроператоров. Актуальная и подробная динамика падения количества туроператоров в России представлена в источнике «Деловой профиль» [20]. Несмотря на то, что данные содержат статистику с 2015 по 2020 год,

представленная отчётность Федерального агентства по туризму подтверждает представленную информацию. В соответствии с их отчётностью на март 2022 года в ЕФР числится 4278 туроператоров, что является наиболее низким количеством с 2016 года (Рисунок 1).

Необходимо отметить, что тренды такого характера определённо указывают на нехватку собственного финансирования организаций сферы туризма. На данный момент, большинство предприятий не в состоянии выделять финансы на собственные технологические разработки. Многие организации заняты поддержкой текущего состояния финансовых потоков, не уделяя должного внимания и средств для технологических инноваций. Это в свою очередь, в негативном ключе сказывается на внедрении и развитии технологических инноваций в организациях российской туриндустрии в целом.

Третьей проблемой является высокий уровень зависимости российских технологических инноваций от зарубежных разработок. На данный момент большинство инновационного технического оборудования, которое внедряется в использование туристическими предприятиями, производится либо частично, либо полностью за рубежом. В условиях нынешний реалий такая высокая зависимость вредит устойчивому инновационному развитию.

Более того, многие IT-разработки, которые используются по всему миру ушли с российского рынка. Примерами могут служить сервисы Booking и Airbnb, которые в свое время были инновационными

решениями, полностью изменившими систему бронирования во всем мире [24]. На данный момент в России существует ряд аналогичных решений, такие как «Островок» и «Яндекс Путешествия», однако они сильно отстают в технологичности и удобстве пользования [23]. Вместе с тем. такое инновационное решение как технология VR, используемая определенными туристическими компаниями (например, отель «Inter Continental» в Москве) для демонстрации конечного турпродукта и других целей, также в большинстве своем реализована с использованием зарубежных разработок, так как, на сегодняшний день, такие решения VR значительно превосходят аналогичные российские разработки. Кроме того, во многих VR решениях от российских производителей используются зарубежные комплектующие.

Иными словами, высокая зависимость российских технологических инновационных разработок от зарубежных компаний, которые занимаются производством комплектующих или же ПО, сильно тормозит развитие отечественных инноваций [18]. Стоит отметить, что при текущем геополитическом положении России, которое наблюдается на конец 2022 года, российским компаниям придется заниматься разработкой ПО и комплектующих в большей степени, нежели чем на данный момент времени.

Четвертой проблемой является высокая политическая и экономическая нестабильность России на 2022 год. Несмотря на то, что данная геополитическая ситуация может в определённой

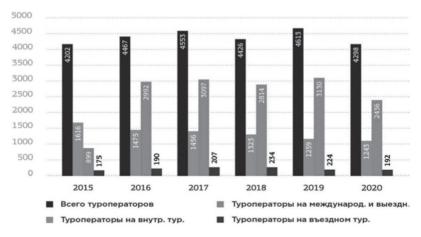


Рисунок 1. Динамика количества туроператоров, числящихся в ЕФР РФ, ед. [20].

степени положительно повлиять на разработку новых технологических инноваций. так как многие иностранные организации, предоставлявшие такие решения ушли с рынка, а государству крайне необходима поддержка существования ключевых отраслей производства, стоит отметить, что снижение международной активности российских инновационных компаний, а также прекращение сотрудничества со многими зарубежными компаниями негативно влияет на развитие российских инноваций в туриндустрии, а также других отраслях, где необходимо внедрять инновации, из-за высокой зависимости, о которой говорилось ранее. Кроме того, для многих российских организаций в туриндустрии поток зарубежных туристов был ключевым источником дохода. По этой причине, таким предприятиям придется проводить переориентацию своей деятельности на удовлетворение запросов внутреннего туристского потока, что повлечет за собой финансовые издержки, которые потенциально могли бы пойти на разработку новых технологических решений.

Пятой проблемой является низкий уровень государственной поддержки инновационных инициатив в турбизнесе. К сожалению, наиболее крупные текущие грантовые программы поддержки туристического бизнеса в 2022 году, запущенные Ростуризмом, не предполагают разработку каких-либо новых технологических решений. Акцент сделан на развитие определенных направлений туризма в целом, таких как кемпинги, обустройство пляжей и национальных туристических маршрутов и т.д. Другими словами, исходя из представленного официального сообщения, можно сделать вывод о том, что направления получения грантов определены, при этом в них не содержится информации о возможностях использования средств для создания инновационных технологических решений. При этом, существующие другие крупные грантовые программы развития технологических инноваций, такие как федеральный проекта «Взлет — от стартапа до IPO» государственной программы РФ «Экономическое развитие и инновационная экономика» и другие, не содержат какой-либо конкретной информации, касающейся отраслей для которых будут реализовываться проекты, получившие гранты [21]. Следовательно, такой высокий разброс отраслей производства для которых будут создаваться инновации, снижают инновационное развитие конкретной отрасли. Технологические компании, которые в ближайшей перспективе получат гранты, будут реализовывать проекты в области интернета вещей, искусственного интеллекта и так далее, но для разных направлений, без выраженной ориентации на конкретную отрасль. Это создает сложность прогнозирования того, какие реализованные технологические решения будут потенциально применимы в туристской отрасли, насколько они будут эффективны и смогут ли они стать технологическими инновациями в туризме.

Кроме всего вышеперечисленного, сушествуют и другие проблемы, сдерживающие развитие технологических инноваций в туристской отрасли, например, такие как слаборазвитая информационная инфраструктура в сфере инвестирования научной деятельности, несовершенная налоговая политика, низкая степень интегрированности туризма в государственную систему, высокий экономический риск и другие. Перечень уже существующих негативных факторов влияния в ближайшей перспективе пополнится такими проблемами как массовый отток кадров, специализирующихся на создании различных цифровых технологий. В соответствии с данными, которые предоставляет «Forbes» около 30% IT специалистов планируют в ближайший год уехать или уже покинули Россию [4]. Часть таких специалистов занимаются разработкой и поддержкой разных сервисов для туристской отрасли, например сервиса поиска индивидуальных путешествий «Local Trip» [7]. При всем при этом, рынок перенасыщен неопытными специалистами, которые не смогут заменить покинувших страну сотрудников. В дополнение ко всему, проблемой может стать существенное сокращение инвестиций зарубежных компаний в совместные разработки и инновации. Также, как сообщает «C News», российские венчурные фонды заметно меньше стали интересоваться стартапами в IT. «В 2021 г. средний объем инвестиций в проект составлял 300-500 млн руб., а в 2022 г. опустился до 20-30 млн руб.» [6].

О наличии определенных проблем, которые влияют на внедрение и развитие технологических инноваций в туристской отрасли, свидетельствует и уровень развитости технологических решений, которые применяются в туризме. Кроме всего вышеописанного, на данный момент времени, в России отсутствуют такие вы-

сокотехнологичные туристские продукты как «умный отель». Хоть в Минэкономики и сообщают, что готовятся проекты, в число которых входит создание роботизированных «умных отелей», эксперты утверждают, что на данный момент такого запроса у потребителей нет [5]. Также, после начала пандемии коронавируса во многих иностранных аэропортах стали появляться специализированные «киоски здоровья», основной целью которых является ускорение и упрощение прохождение контроля здоровья при посадке на рейсы [13]. Технология представляет собой отдельные комнаты, в которых происходит изменение температуры роботами. Помимо вышеописанных преимуществ, технология также сводит к минимуму необходимость контактов с людьми. Также, некоторые иностранные авиаперевозчики начали использовать мобильное приложение здоровья, основной целью которого является усовершенствование процесса регистрации в аэропортах, а также обеспечение более безопасного нахождения туристов в туристских дестинациях. Приложение представляет собой единый центр хранения электронных тестов на Covid-19 [9]. Российские компании в ближайшем будущем не планируют использование таких инновационных решений в турбизнесе.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что существует большое количество проблем, отрицательно влияющих на развитие технологических инноваций в туриндустрии. Часть же таких проблем одновременно переплетается с общими экономическими проблемами в России.

Необходимо отметить, что в данной научной работе представлен ряд решений текущих проблем, предложенный автором, а также определённые практические рекомендации, которые могут использоваться организациями туристкой отрасли и государственные структуры.

4. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Между тем, необходимо отметить, что туриндустрия обладает и рядом факторов, которые в перспективе будут способствовать инновационному развитию.

Например, кризисная ситуация в туристской отрасли, в наибольшей степени проявившая себя в период распростране-

ния коронавирусной инфекции, а также в момент ухудшения геополитического положения страны в мире, создает ряд определённых возможностей для развития организаций в отрасли. Предприятия туриндустрии столкнулись и продолжают сталкиваться с рядом трудностей после ухода многих иностранных компаний с российского рынка, с помощью которых осуществлялись разработка, внедрение и поддержка новых туристских продуктов, а также дополнительных решений, которые являлись усовершенствованием существующих продуктов. Примерами являются такие ушедшие компании как производитель ПО «Oracle», поставлявший лучшее оборудование для VR проектов, «Airbnb» и «Booking», предоставлявшие услуги по размещению и поиску краткосрочной аренды жилья, система веб-поиска информации о воздушных перевозках «Skyscanner» и другие компании [25].

Из этого следует, что уход таких компаний должен простимулировать создание, развитие и рост аналогичных решений от российских разработчиков, так как без большинства подобных решений уже сложно представить возможными туризм и путешествия. Как уже говорилось ранее, отечественный рынок предлагает подобные продукты, часть из которых уже используется в сфере туризма, однако, на данный момент они не являются настолько совершенными как зарубежные решения.

Вторым фактором роста технологических инноваций является упор на развитие внутреннего туризма в России. В связи с вышеописанными событиями, тема развития внутреннего туризма в России за последние два года стала одной из наиболее обсуждаемых. «Еще в декабре 2021 года правительство России утвердило государственную программу по развитию туризма, которая предполагает объединение точек притяжения туристов в разных субъектах страны в единые маршруты» [10]. При этом, необходимо отметить, что многие обслуживающие организации и объекты туристкой отрасли в России, в особенности в регионах, имеют достаточно низкий уровень обслуживания, а также низкий уровень технологического обеспечения, так как до недавнего времени необходимость активного развития внутреннего туризма была не столь очевидной. Сейчас же, внутренний туризм является основным источником дохода отрасли и по этой причине является приоритетным

для развития как со стороны государства, так и со стороны участников отрасли. Для устранения недостатков в технологическом обеспечении организаций, в ближайшем будущем внедрение технологических инноваций с применением информационных технологий будет крайне необходимо для дальнейшего существования и развития туризма в России.

Также одним из факторов является понимание государством необходимости применения технологических инноваций в туризме и создание соответствующих стратегий развития отрасли, основной из которых является утвержденная Правительством РФ в сентябре 2019 года «Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года». «В стратегии определено, что комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации предлагается получить при помощи современных технологий за счет создания качественного и конкурентоспособного турпродукта» [2]. Кроме того, в стратегии указывается, что «внедрение цифровых технологий формирует основные тенденции развития туристской отрасли» [1]. Это подтверждает тот факт, что российское государство нацелено применять цифровые технологии не только для автоматизации каких-либо процессов, но также для создания нового турпродукта, что будет являться технологической инноваций с применением информационных технологий и IT.

Следующим, стимулирующим развитие, фактором является прогнозируемое изменение основных факторов роста туриндустрии в России. Как было описано в работе Идрисова Г.И., Княгинина В.Н «Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России» текущий технологический переход индустрии 4.0, приведет к положению, «когда богатство природных ресурсов и дешевизна труда перестают быть основными факторами роста» [2]. Это говорит о том, что в скором времени, туристским кластерам и отельным организациям, будет недостаточно находиться в уникальном, с точки зрения природных ресурсов, месте для того, чтобы удовлетворять среднего потребителя. Внедрение и использование новых технологических решений будет являться определяющим фактором при принятии решения туристами о поездке в конкретную дестинацию. Другими словами, если российская туриндустрия

планирует удерживать свои конкурентные позиции на мировом рынке после окончания всех геополитических событий, ей крайне необходимо внедрять и разрабатывать различные новые технологические решения, которые будут соответствовать запросам не только российских граждан, но и иностранных туристов, так как основной фактор роста туризма в России в виде природных ресурсов уже не сможет обеспечивать прежние потоки туристов и быть основной аттракцией.

5. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОТРАСЛИ ТУРИЗМА

В то же время, говоря о факторах развития технологических инноваций в отрасли туризма, следует упомянуть о наиболее актуальных отечественных технологических разработках, которые уже стали технологическими инновациями или имеют возможность стать ими в ближайшей перспективе.

Другими словами, в данной научной работе будут представлены инновации, являющиеся новыми или усовершенствованными способами передачи туристского продукта, а также услуги или новыми продуктами и услугами в российском туризме.

- 1. Сервис путешествий «Local Trip» бесплатный планировщик моментальных самостоятельных путешествий для экономии времени на поиск отеля, лучших ресторанов и достопримечательностей в городах России [12]. Основной отличительной особенностью является возможность автоматического подбора наиболее подходящего маршрута с учетом всех интересов и бюджета пользователя. В маршрут включаются всевозможные варианты поездки на транспорте, выбор необходимых удобств во время поездки, варианты пунктов назначения, с учетом текущих цен. Следует отметить, что на данный момент на российском рынке не существует сервисов, обладающих подобными возможностями. Исходя из информации, опубликованной на сайте «Moscow Travel Hub», сервис «Local Trip» прошел в финал акселератора «Moscow Travel Factory».
- 2. «Турфон» мобильное приложение для стриминга аудио без интернета и мобильной связи. Данное технологическое решение также является уникальным для российского туризма. Технология представляет собой мобильное приложение,

которое устанавливается на мобильный телефон гида, а также на телефоны туристов и позволяет транслировать экскурсионные аудио-программы в офлайн режиме. Такое решение позволяет существенно сэкономить средства музеям и другим туристическим организациям, оказывающим экскурсионные услуги на закупке и обслуживания радиооборудования для групповых экскурсий. Данное приложение еще в период запуска заинтересовало 95 гидов Москвы, с большинством из которых уже планируется сотрудничество. Более того, «Турфон» собирается заключить контракты с 8 музеями Москвы к 2023 году [12].

3. Веб-сервис «2ROOMZ» для отелей и рекреационных комплексов, позволяющее организовать продажу дополнительных услуг. Также сервис позволяет ускорить процесс обслуживания туристов, снизить затраты на печатаную информационную продукцию. «2ROOMZ» предлагает отельным комплексам возможность размещения своей онлайн-витрины товаров и услуг. Отели в свою очередь размещают QR-коды со ссылкой на онлайн-витрину на всей территории. Ссылка, по которой переходят посетители отеля предоставляет всю необходимую информацию о товарах и услугах отеля, а также позволяет оплатить и заказать их в номер. Особенностью является то. что программа с помощью искусственного интеллекта позволяет проанализировать популярность приобретенных услуг клиентами и предлагает на основе этих данных сделать дополнительную покупку. Также программа подбирает наиболее интересные варианты услуг по интересам клиента.

Стоит отметить, что несмотря на то, что сейчас большинство отелей уже имеют свои приложения, они не сфокусированы на дополнительных продажах. Также исходя из статистики установок, крайне малая доля клиентов устанавливают приложения конкретных отелей. Кроме этого, сервис позволяет сэкономить средства на техническую поддержку и администрирование приложений отелей, так как необходимость в них существенно уменьшается при использовании сервиса «2ROOMZ» [14].

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕШЕНИЮ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОБЛЕМ

Данные практические рекомендации в первую очередь будут адресованы и полезны государственным властям регионов Российской Федерации, ответственным за

туризм, бизнес-инкубаторам, венчурным фондам, туристским организациям.

1. Решением проблемы низкого интереса и негативного отношения населения к появляющимся инновационным технологиям является формирование базовой грамотности в информационных технологиях. Необходимо осуществление образовательной деятельности в виде форумов, конференций, а также мастер-классов, на которых желающие смогут познакомиться с новыми технологически решениями, понять их преимущества и необходимость в жизни.

Для формирования положительного отношения к технологическим инновациям у старшего поколение необходимо проведение ориентированных на данную аудиторию мастер-классов, где специалисты смогут в простой форме объяснить для чего применяются такие технологии как, например, AR и VR, почему такие продукты в перспективе станут крайне необходимыми для развития отечественного туризма и т.д.

Кроме того, очень важно показать негативно настроенному населению на примере, что при использовании инноваций будет легче организовывать путешествия, появится большее разнообразие в туристических продуктах, туристы смогут легче удовлетворять свои потребности. По этой причине важно разработать специальные разъяснительные программы по ознакомлению с новыми технологическими инновациями, которые в обязательном порядке будут проводиться для сотрудников различных компаний.

Организация и проведение подобных мероприятий в перспективе поможет увеличить процент населения, положительно отзывающегося о внедрении и использовании инновационных технологий, а также будет способствовать росту спроса на новые технологические решения.

Для решения проблемы негативного отношения российских предпринимателей к высоко рискованной деятельности, а именно созданию и внедрению инноваций, необходимо сформировать у российского бизнес-сообщества понимание необходимости такой деятельности для выживания организаций в текущий период времени. В частности, следует поднимать данный вопрос к обсуждению на различных городских форумах, таких как «ПМЭФ» (Петербургский международный экономический форум), «ММИФ» (Московский международный инженерный форум), «Travel Hub» (Петербургский международный турист-

ский форум), а также создавать тематические секции с выступлением участников форумов.

2. Проблема нехватки собственных финансовых средств у организаций туристкой отрасли, а также проблема низкого уровня государственной поддержки инновационных инициатив в турбизнесе.

Частично разрешить данные проблемы и простимулировать инновационную активность в туризме может государство с помощью ряда решений:

- 1) Формирование налоговых льгот для предприятий, находящихся в затруднительном финансовом положении;
- 2) Проведение грантовых конкурсов для организаций-участников туротрасли на создание технологических инноваций, так как в ходе написания работы, было установлено, что на текущий момент в России не проводятся гранты, ориентируемые конкретно на разработку инноваций в туризме с использованием информационных технологий.
- 3) Проведение грантовых конкурсов для организаций, специализирующихся в IT, на создание инноваций для отечественного туризма, так как большинство текущих грантов, таких как федеральный проект «Взлет от стартапа до IPO» не ориентированы на создание решений для туристской отрасли.
- 4) Создание программы выдачи субсидий организациям-заказчикам на приобретение и внедрение технологических решений. Подобное стимулирование даст возможность туристским предприятиям, не имеющим собственного финансирования, внедрить новые технологические инновации и в то же время создаст определенный уровень спроса на такие продукты.
- Проблема высокой зависимости отечественных инноваций в туризме от зарубежных компаний.

Решение данной проблемы в некоторой степени переплетается с рекомендациями к предыдущей проблеме, так как для стимулирования роста инноваций в туризме крайне важно проводить грантовые конкурсы на создание новшеств. Гранты, нацеленные на разработку комплексных архитектур и решений, способных заместить иностранное программное обеспечение, используемое туризме, а также новейших технологий и комплектующих компонентов, таких как электроника и процессоры, поспособствуют реализации определённой доли инновационных проектов и внедре-

нию их в компании где отсутствуют подобные инновации либо использовались зарубежные технологии.

4. Проблема массового оттока кадров, специализирующихся на создании технологических инноваций для туризма, а, следовательно, нехватка квалифицированных специалистов. Данную проблему необходимо решить при помощи совершенствования образовательной деятельности, в частности создании направлений подготовки кадров, которые бы специализировались на разработке технологических инноваций с использованием IT для отрасли туризма, так как на данный момент подобной специализации нет. а инновационные решение разрабатываются специалистами, как правило, не знакомыми с особенностями ведения туристского бизнеса. Также необходимо создать более усовершенствованные льготные условия и меры поддержки для специалистов, а также их семей, участвующих в разработке подобных технологий, так как в текущей ситуации крайне важно создание комфортных условий для специалистов.

Кроме того, необходимо создавать и продвигать акселераторы и бизнес-инкубаторы, способствующие созданию технологий для туротрасли. В особенности это необходимо и актуально для регионов, так как на данный момент действует только несколько акселераторов в крупных городах, например, вышеупомянутый «Моscow Travel Hub».

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги всему вышеперечисленному, необходимо подчеркнуть, что, несмотря на значительное количество проблем в развитии технологических инноваций в туризме, существует ряд ключевых факторов, которые предоставляют широкие перспективы инновационного развития туризма в ближайшем будущем. Ситуация с распространением коронавирусной инфекции, а также массовый уход иностранных компаний создают возможности для импортозамещения и развития отечественных технологий, так как на текущий момент времени это уже является не преимуществом на мировом рынке, а необходимостью для поддержания существования и дальнейшего процветания компаний. Более того, последние разработки, представленные в данной работе, свидетельствуют о том, что технологические инновации в туризме не стоят на месте: создается множество проектов, которые участвуют в бизнес-инкубаторах и акселераторах, получают инвестиции, разрабатываются и успешно внедряются. Следует отметить, что с учетом всех рекомендаций по

решению существующих проблем, уровень инновационного развития российского туризма увеличится значительно быстрее, так как будут исключены основные причины, препятствующие прогрессу.

8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Внедрение цифровых технологий в сфере туризма // Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 07.02.2022). Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // СПС КонсультантПлюс, 2019.
- Гордиенко С.В. Основные направления технологических инноваций в воспроизводстве туристских продуктов // Вопросы инновационной экономики. 2021. Т. 11. № 3. С. 1197—1214.
- 3. Агеева Н. Аркадий Дворкович РБК: «Инновации связаны с риском» / Н. Агеева // РБК Тренды. 2020. 10 июня.
- 4. Демидкина К. Более 30% IT-специалистов уехали из России или планируют релокацию / К. Демидкина // Forbes. 2022. 26 сентября.
- 5. Степанова Ю. В «регуляторных песочницах» откроют «умные отели» / Ю. Степанова, Ю. Тишина, А. Мерцалова // Коммерсант. 2020. 27 июля.
- 6. Патракова А. В российские ИТ-стартапы за год стали инвестировать в десятки раз меньше / А. Патракова // С News. 2022. 19 сентября.
- Летюхина М. Десять стартапов, которые изменят российскую туриндустрию / М. Летюхина // РБК Тренды. 2021. 18 ноября.
- 8. Синочкин Д. Доходы от туризма в России в 2022 году сократятся в 2,5 раза / Д. Синочкин // NSP. 2022. 21 июня.
- 9. Щербач К. Инновации в сфере туризма: основные тенденции / К. Щербач // Факультет Коммерции и Туристической Индустрии. 2022. 26 июня.
- Романова Е. Какой будет новая эра внутреннего туризма в России / Е. Романова // РБК Тренды. 2022. 19 августа.
- 11. Клименко Н. Какие туроператоры обанкротились в 2022-2023 годах? Кто на очереди? / Н. Клименко // Delen.ru. 2022. URL: https://delen.ru/bankrotstvo/bankrotstvo-turoperatorov.html?ysclid=lafj7e2pk0941272493 (дата обращения: 04.12.2022).
- 12. Новые герои московского турбизнеса: завершен акселератор Moscow Travel Factory // Moscow Travel Hub. 2021. 27 октября.
- 13. Новые технологии в туризме: санитеги, киоски здоровья, тачскрины, роботы, AI. // Begeton. 2020. 07 августа.
- 14. Бурковская Е. О сервисе 2ROOMZ, который запустился в пандемию / Е. Бурковская // Think Travel Tech. 2021. 20 декабря.
- 15. Пандемия и санкции: как справляются с трудностями круизные туроператоры в России // Online47.ru. 2022. 08 апреля.
- 16. Неупокоева Е. Почти половина россиян негативно относятся к цифровизации / Е. Неупокоева // Comnews. 2021. 07 декабря.
- 17. Прощай, мечта об отдыхе: что нужно знать простому туристу о банкротстве туроператора? // Рамблер/Путешествия. 2022. 3 апреля.
- Трофимова Е. Россия впала в критическую зависимость от иностранных технологий / Е. Трофимова // Ридус. 2021. 01 февраля.
- Россияне плохо информированы о новых технологиях, показал опрос // РИА Новости. 2019. 26 августа.
- Российский туризм после пандемии: перспективы восстановления турбизнеса // Delovoy Profil. 2021. 09 июня.
- 21. Российские технологические компании могут получить грантовую поддержку до 10 млрд рублей // Министерство экономического развития Российской Федерации. 2022. 16 мая.
- 22. Туризм в России // Tadviser. 2022. URL: https://www.tadviser.ru/ (дата обращения: 04.12.2022).
- 23. Яндекс.Путешествия сервис онлайн-бронирования билетов и отелей // Отзовик. URL: https://otzovik.com/review_13282863.html (дата обращения: 03.03.2023).
- 24. «Свято место пусто не бывает» Airbnb и Booking ушли из России. Как это повлияет на туризм и стоит ли этого опасаться? // Lenta.ru. 2022. 07 марта.
- 25. Огасle ушла из России. Власти США ее об этом не просили // C-News. 2022. 03 марта.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-20-29

Оценка результативности развития внутреннего туризма региона

Qualitative model for assessing the effectiveness of the development of domestic tourism in the region

Левченко Константин Константинович,

кандидат экономических наук, заместитель руководителя территориального органа МИД России в г. Сочи, Россия **E-mail:** lekonst@mail.ru

Konstantin Levchenko,

Ph.D in Economics, deputy head of the territorial body of the Russian Foreign Ministry in Sochi, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы оценки результативности развития туризма с помощью методов моделирования по определенной группе показателей, отражающих экономическую результативность, экологическую безопасность, социальную результативность. Представлены зависимости параметров, основанные на попарном сравнении переменных, формирующих соответствующую модель развития. Построены орграфы возможных состояний модели развития внутреннего въездного туризма на примере города—курорта Сочи. Выявлены возможные сценарии результатов развития внутреннего туризма курортных территорий г. Сочи по моделям «Экономическая результативность — Экологическая безопасность — Социальная результативность». Проведена оценка экологической безопасности, рассчитан интегральный показатель экологической безопасности внутреннего въездного туризма г. Сочи. Результаты исследования могут быть использованы для анализа перспективности развития отдельных видов туризма и оценки их вклада в социально-экономическое развитие курорта.

Ключевые слова: внутренний туризм, оценка развития, моделирование, орграф, система показателей, зависимости.

Jel code: L83

Abstract. The article discusses the problems of assessing the effectiveness of tourism development using modeling methods for a certain group of indicators reflecting economic performance, environmental safety, and social performance. Parameter dependencies based on pairwise comparison of variables forming the corresponding development model are presented. Digraphs of possible states of the model for the development of domestic inbound tourism were built on the example of the city of Sochi. Possible scenarios of the results of the development of domestic tourism in the resort areas of Sochi were identified according to the models «Economic Performance — Environmental Safety — Social Performance». An assessment of environmental safety was carried out, an integral indicator of environmental safety of domestic inbound tourism in Sochi was calculated. The results of the study can be used to analyze the prospects for the development of certain types of tourism and assess their contribution to the socio-economic development of the resort.

Keywords: Domestic tourism, development assessment, modeling, digraph, scorecard, dependency.

1. ВВЕЛЕНИЕ

В настоящее время в условиях глобальных вызовов туризм рассматривается

в качестве значимого сектора национальной экономики и одного из важнейших факторов развития туристских

территорий [1]. В этой связи все более актуализируются проблемы развития внутреннего туризма, выступающего в виде системообразующего фактора территориальной экономической системы, в рамках которой реализуются интересы социального, экономического, экологического и пр. характера, а также удовлетворяются соответствующие потребности. Особое значение начинает приобретать оценка результативности туризма в регионе в целом и в разрезе отдельных его видов [5].

Методика оценки результативности развития внутреннего туризма, как правило, не может быть однозначной, универсальной для всех регионов, поскольку должна опираться на совокупность показателей, отражающих основные сценарии социально-экономического развития туристских территорий в различных направлениях экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности. В этой связи в качестве базовой оценки возможно рассмотрение ряда математических зависимостей, основанных на сравнении переменных, формирующих соответствующие модели, то есть использовать методы моделирования. При этом в рамках построения моделей результативности развития внутреннего туризма следует учитывать ряд условий, в числе которых наличие необходимой статистической базы для целостной оценки уровня развития отдельных видов туризма, а также усиление социально-экономической значимости и экологической безопасности внутреннего туризма региона [2].

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Научные исследования по вопросам оценки регионального туризма и его структуры нашли свое отражение в работах отечественных и зарубежных ученых. Изучению эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода посвящены труды Порошиной О.В. [6], Рубцовой Н.В. [10] Отдельные вопросы социальной эффективности и ее оценки рассмотрены в работах Цехлы С. Ю. [14]

и ряда других ученых в сфере туристской деятельности [11,15]. Заслуживает внимания методика социально-экономической эффективности регионального туризма Юванен Е.И. [16]. Квалитативное моделирование развития устойчивого туризма представлено в работах Хазовой Д.С. [13].

Среди зарубежных авторов следует отметить работы Андерсон Р.И. [17], а также Барроз С.П. [18], в которых достаточно обоснованно представлена оценка эффективности деятельности на основе линейного программирования такого сектора туризма как гостиничная индустрия. Проведенное исследование выявило отсутствие единого подхода к проведению оценки результативности внутреннего регионального туризма, что предполагает разработку ряда положений оценки, характеризующих экономическую результативность, экологическую безопасность, а также социальную результативность сферы туризма региона с применением методов математического моделирования.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование базировалось на использовании элементов теории графов, экономико-математического моделирования, в том числе пространственного моделирования, позволяющего анализировать развитие систем, подверженных влиянию множества факторов,

4. ЛИСКУССИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Эффективность развития внутреннего въездного туризма региона тесным образом взаимосвязана с результативностью функционирования его основных видов, оценить который можно, по мнению автора, по трем блокам показателей: экономической результативности, экологической безопасности, социальной результативности.

Блок экономической результативности включает в себя показатели, определяющие эффективность функционирования, как внутреннего туризма в целом, так и в разрезе его видов.

Блок экологической безопасности включает в себя показатели, характери-

зующие уровень экологической нагрузки территории региона, обусловленной развитием туризма.

Блок социальной результативности выражает соотношение и взаимосвязь показателей социального благополучия и качества жизни, обусловленное развитием туризма [4].

Необходимость привлечения инвестиций в развитие внутреннего туризма региона, актуализирует необходимость рассмотрения туристской сферы с учетом не только экономического блока, но и с учетом экологической и социальной результативности.

В этой связи возможно рассмотрение ряда зависимостей, основанных на попарном сравнении переменных, формирующих соответствующие модели.

Первая парная зависимость предполагает взаимосвязь «Экономической результативности и Экологической безопасности», где в качестве целевых переменных выступают экономические и экологические показатели; Вторая зависимость основана на параметрах «Экономической результативности, Экологической безопасности и Социальной результативности», в которой к показателям экономической и экологической составляющих показателям включен раздел показателей, характеризующих социальную результативность.

Учитывая сложность сферы туризма, ее зависимость и подверженность влиянию множества факторов, которые сложно оценить количественно, но можно оценить качественно [12]. Иными словами, можно оценить, как качественные факторы влияют на количественные, отразив их взаимосвязь.

Данную качественную оценку, возможно, реализовать, используя инструменты пространственного моделирования.

Пространственное моделирование — это по сути дела, своеобразный алгоритм, основанный на формировании имитационной модели какой-либо системы взаимосвязей показателей, учитывающих качественные факторы, которые оказы-

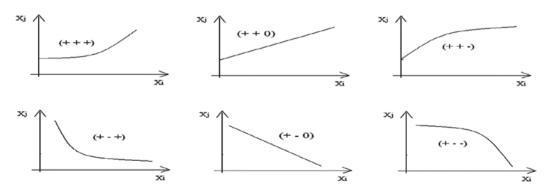


Рисунок 1. Графическое представление зависимостей факторов, воздействующих на пространственную систему [13]

- (+++) зависимость показывает положительную динамику, усиливающуюся во времени;
- (++0) зависимость показывает положительную первоначальную динамику, которая нивелируется со временем;
- (++-) зависимость показывает положительную динамику, но этот положительный эффект замедляется с течением времени;
- (+-+) зависимость показывает отрицательную первоначальную динамику, которая меняется на положительную с течением времени;
- (+-0) зависимость показывает отрицательную динамику, нивелирующуюся со временем;
- (+--) зависимость показывает отрицательную динамику, усиливающуюся во времени.

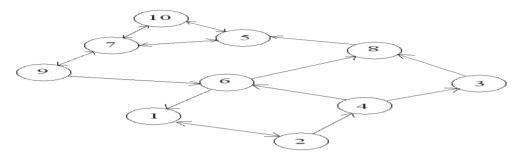


Рисунок 2. Пример орграфа многомерных пространственных переходов

вают наиболее существенное влияние функционирование туризма и его видов.

При формировании пространственной модели следует вначале определить переменные. После определения переменных, определяются попарные взаимосвязи между ними (рисунок 1).

Отразить многомерные пространственные переходы наиболее визуально возможно с помощью орграфа, представленного на рис. 2.

Каждая из верхушек орграфа это виды сценариев, а направления стрелок отражают варианты переходов по каждому из выявленных сценариев.

Итоговым результатом пространственного моделирования будет являться отражение возможных динамических состояний и переходов системы в виде орграфа возможных состояний. Подобная модель дает возможность проведения мониторинга и анализа процессов развития сложных систем любого плана, которые находятся под достаточно сильным воздействием качественных факторов, коей и является внутренний въездной туризм.

Качественная зависимость между факторами описывается зависимостями в следующей форме [6]:

 $(X_{_{1}},DX_{_{1}},DDX_{_{1}})\dots(X_{_{n}},DX_{_{n}},DDX_{_{n}})$ (1) где: $X_{_{1,\dots,n}}$ — переменные;

 $DX_{1,\dots,n}^{1,\dots,n}$ — первая качественная производная по независимой переменной времени t:

 ${
m DDX}_{1,\dots,n}$ — вторая качественная производная по независимой переменной времени ${
m t}$ (определяет динамику показа-

теля во времени (большее или меньшее изменение с течением времени)).

Модель нескольких сценариев может быть описана следующим образом:

$$\begin{bmatrix} X_1 & DX_1 & DDX_1 \\ \dots & \dots & \dots \\ X_n & DX_n & DDX_n \end{bmatrix}_j j = 1, 2, \dots, m$$
 (2)

Исследование проведено автором на примере такого туристского региона как город — курорт Сочи, который к настоящему времени является всесезонным курортом, лидером туристского рынка в России. Отличительной особенностью развития внутреннего въездного туризма в Сочи является наличие круглогодичного туристского потока, обусловленного летним отдыхом на море, зимним — активными видами туризма, такими как горнолыжный, а в период межсезонья ориентацией на бальнеотерапию, грязелечение и прочие оздоровительные мероприятия.

Исследование предполагает введение таких переменных в пространственную модель развития внутреннего туризма как «Экономическая результативность — Экологическая безопасность». В целях определения факторных зависимостей показателей в модели развития внутреннего въездного туризма необходимо сформировать систему показателей, включающую следующие:

1. Объем инвестиций в основной капитал, млн. руб. Инвестиционная привлекательность и, как следствие объем инвестиций выступают определяющим

фактором развития сферы туризма любого региона [3].

- 2. Рентабельность туристско-рекреационного комплекса, %
- 3. Объем туристско-рекреационных услуг города-курорта Сочи, млн. руб.
- 4. Показатель экологической безопасности (%)
- 5. Показатель экономической эффективности (%)
- 6. Туристский имидж курортной территории [7,]

Факторные зависимости показателей в пространственной модели представлены в таблипе 1.

Возможные сценарии результатов развития внутреннего туризма курортных территорий в модели «Экономическая результативность — Экологическая безопасность» представим в виде орграфа, в котором между указанными состояниями возможны промежуточные итоги динамики экономической результативности и экологической безопасности (рисунок 3).

В данном орграфе предпочтительной выступает позиция «Положительная экономическая результативность — повышение экологической сохранности территории во времени» — в которой экономическая результативность имеет положительную динамику, а экологическая сохранность, первоначально уменьшается, но с положительной второй производной, т.е. с ходом времени, падение экологии замедляется, и существует возможность сохранить экологию туристских территорий на высоком уровне.

При построении модели развития внутреннего туризма города-курорта Сочи использовались позиции «Экономическая результативность — Экологическая безопасность — Социальная результативность». К показателям модели «Экономическая результативность — Экологическая безопасность», добавим показатель социальной эффективности.

Возможные сценарии результатов развития внутреннего туризма курортных

Таблица 1 Факторные зависимости показателей модели развития внутреннего въездного туризма «Экономическая результативность — Экологическая безопасность»

	Инвестиции в основной капитал млн. руб.	Рентабельность туристско-рекреацион- ного комплекса	Объем туристско-рекреацион- ных услуг	Показатель экологической безопасности	Индекс экономической эфективности	Туристский имидж территории
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.		++-	++-	++0	++0	++0
Рентабельность турист- ско-рекреационного комплекса			+++			++-
Объем туристско-рекреационных услуг						
Показатель экологической безопасности						
Индекс экономической эффективности	++0					
Туристский имидж территории	++0	++-				

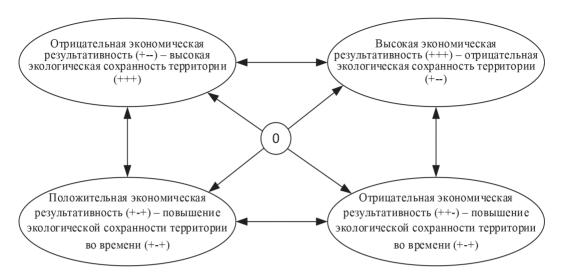


Рисунок 3. Орграф возможных состояний модели развития внутреннего туризма «Экономическая результативность — Экологическая безопасность»

Таблица 2 Факторные зависимости показателей модели развития внутреннего туризма «Экономическая результативность — Экологическая безопасность — Социальная результативность»

	Инвестиции в основной капитал, млн руб.	Рентабельность туристско-рекреационного комплекса	Объем туристско-рекреационных услуг	Показатель экологической безопасности	Индекс экономической эффективности	Туристский имидж территории	Индекс социальной эффективности
Инвестиции в основной капитал млн. руб.		++-	++-	++0	++0	++0	++-
Рентабельность турист- ско-рекреационного комплекса			+++			++-	
Объем туристско-рекреа- ционных услуг				++			
Показатель экологической безопасности							
Индекс экономической эффективности	++0						++-
Туристский имидж территории	++0	++-					
Индекс социальной эффективности	++-				++-		

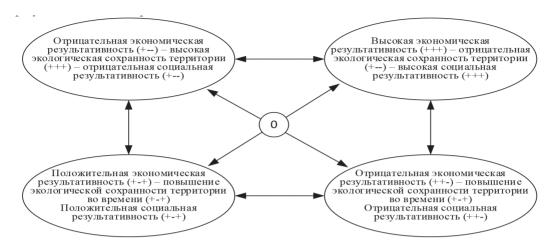


Рисунок 4. Орграф возможных состояний модели развития внутреннего въездного туризма «Экономическая результативность — Экологическая безопасность — Социальная результативность».

территорий г. Сочи в модели «Экономическая результативность — Экологическая безопасность — Социальная результативность» представим в виде орграфа, в котором между указанными состояниями возможны промежуточные итоги динамики экономической результативности и экологической безопасности (рисунок 4).

В данном орграфе предпочтительной выступает позиция «Положительная экономическая результативность — повышение экологической сохранности территории во времени — Положительная социальная результативность», в которой

экономическая и социальная результативности, а также экологическая сохранность, первоначально уменьшается, но с ходом времени, падение экологии замедляется, а социальная и экономическая результативность повышаются.

Проведем оценку экологической безопасности аналогичным способом. В таблице 3 представлены исходные данные для расчета показателей. Для расчета показателя экологической безопасности необходимо вначале привести значения показателей в сопоставимый вид, то есть произвести их нормализацию. Норма-

Таблица 3 Исходные данные для расчета показателя экологической безопасности

Показатели	2015г	2016г	2017г	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)	200,3	225,55	186,29	177,02	203,38	219,60	200,55	172,93
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории курортных территорий г. Сочи (млн.м³)	142	144	153	155	165	168	178	181

лизацию или процесс сопоставимости значений показателей произведем на основе следующей формулы:

$$N = \frac{N_{\phi \text{актический}} - N_{min}}{N_{max} - N_{min}} \tag{3}$$

где: $N_{_{\phi \text{актический}}}$ — фактическое значение показателя,

 N_{min} и N_{max} — минимальное и максимальное значение показателя за рассматриваемый период.

Расчет весовых коэффициентов показателей экологической безопасности представлен в таблице 5. Данные таблицы показывают, что показатели в равной степени влияют на экологическую безопасность курортных территорий города Сочи.

С учетом полученных весовых коэффициентов, интегральные показатели блоков экологической безопасности, могут быть рассчитаны следующим образом (таблица 6).

Таблица 4 Нормализованные значения показателей экологической безопасности внутреннего въездного туризма города-курорта Сочи

		-						
Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)		1,00	0,25	0,08	0,58	0,89	0,52	0,00
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории города-курорта		0,06	0,28	0,34	0,59	0,66	0,93	1,00

Таблица 5 Расчет коэффициентов взаимосвязи показателей экологической безопасности

№ показателя	Строка 1	Строка 2	Сумма
Строка 1	1	-0,72	0,28
Строка 2	-0,72	1	0,28
Сумма	0,28	0,28	0,55
Весовой коэффициент	0.50	0,50	

Таблица 6 Расчет интегрального показателя экологической безопасности внутреннего въездного туризма г. Сочи

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Объем сброса сточных вод (миллион кубических метров, ежегодно)	0,50	0,13	0,04	0,29	0,44	0,26	0,00
Объем выбросов вредных (загрязняющих) веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, расположенных на территории Краснодарского края	0,03	0,14	0,17	0,30	0,33	0,47	0,50
Интегральный показатель экологической безопасности	0,53	0,27	0,21	0,59	0,77	0,73	0,50

Данные таблицы показывают низкий уровень экологической безопасности, а также его тенденцию ухудшения за последние три года.

Оценим существующий сценарий развития внутреннего туризма города — курорта Сочи. Для этого использовались данные Госкомстата и сети интернет с целью определения информационной базы для расчета показателей [9]. Затем, были рассчитаны темпы роста годовых показателей, затем среднее за период значение темпов прироста для определения динамики их изменения во времени.

Данные исследования показывают, что экономическая составляющая находится в позиции (++-) и экологическая составляющие находятся в позиции (+-+), что характеризует точку орграфа «Отрицательная экономическая результативность (++-) — повышение экологической сохранности территории во времени (+-+)» (рисунок 1) и говорит о том, что экономическая составляющая внутреннего туризма снижается, что негативно сказывается на притоке инвестиций и рынке труда, что подтверждается статистическими данными.

Согласно полученным данным социальная результативность находится в позиции (++-), что характеризует точку орграфа «Отрицательная экономическая результативность (++-) — повышение экологической сохранности территории во времени (+-+) — отрицательная социальная результативность (++-)» (рисунок 2) и говорит о снижении уровня и качества жизни населения, что также может послужить объяснением снижения численности постоянного населения.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ, показывает недостаточно высокое состояние развития туризма в городе-курорте, который, обладая значительным потенциалом для развития различных направлений туризма и расширения направлений отдыха, повышения конкурентоспособности комплекса на российском и международном рынках, не всегда находится на должной высоте. Как показывает анализ взаимо-

зависимостей переменных (табл. 1 и 2), в качестве ключевого фактора выступает развитие инфраструктуры, в частности транспортной.

Данные выводы подкрепляются системой ограничений в развитии внутреннего въездного туризма города Сочи, в числе которых можно назвать следующие:

- недостаточная глобальная конкурентоспособность услуг санаторнокурортного и туристского комплекса города Сочи (средний уровень сервиса при достаточно высокой ценовой составляющей, а также высокий удельный вес транспортной составляющей в цене турпродукта).
- большое ограничение транспортной инфраструктуры, выражающееся в отсутствии морского транспорта, отсутствии автомагистрали «Сочи-Краснодар», весьма низкой пропускной способностью дорожных сетей, слабой доступности объектов туристского показа (высокий износ), недостаточности доступных пляжей, перегруженности имеющихся пляжей.
- большой износ объектов курортной инфраструктуры в силу высокой рекреационной и антропогенной нагрузкой, поскольку годовой туристский поток в город-курорт Сочи к сегодняшнему дню превышает 6,5 млн. чел.
- отсутствие единой статистической и аналитической базы туристско-рекреационных и информационно-коммуникационных ресурсов, недостаточное использование цифровых технологий в сфере внутреннего туризма.
- недостаточность бюджетных средств на восстановление и благоустройство существующих и создание новых туристско-рекреационных зон и территорий.

Разработанная пространственная модель результативности развития внутреннего туризма города-курорта Сочи может быть использована для анализа перспективности развития отдельных видов туризма и оценки их вклада в социально-экономическое развитие курорта.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Абдель Вахед Э.А.М. Развитие туризма в России в условиях международных санкций и их отображение в СМИ / Э.А.М. Абдель Вахед // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т. 15. № 2 (94). С. 57—65. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-2-57-65. EDN: IQPMRI.
- 2. Даниленко Н.Н. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова // Сервис в России и за рубежом. 2012. № 6 (33). С. 69–78.
- 3. Иванов И.А. Внутренний туризм в муниципальных образованиях СЗФО: статистические оценки и влияние пандемии COVID-19 / И.А. Иванов, Т.В. Васильева, И. Красильникова, А.Г. Манаков // Известия Русского географического общества. 2022. Т. 154. № 5-6. С. 59-72. DOI: 10.31857/S0869607122050044. EDN: CJPNYD.
- 4. Клейман А.А. О новой траектории и стратегии развития туристского бизнеса в условиях экономической турбулентности / А.А. Клейман, О.А. Бабанчикова // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 1 (33). С. 22—29.
- 5. Левченко К.К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории : монография / К.К. Левченко, Т.П. Левченко. Москва : РУСАЙНС, 2021. 116 с.
- 6. Порошина О.В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода / О.В. Порошина // Проблемы развития территорий. 2016. № 1 (81). С. 79—95.
- 7. Рогач О.В. Туристский потенциал российских территорий: позиция муниципальных органов власти / О.В. Рогач, Е.В. Фролова, Н.В. Медведева // Вопросы экономики. 2022. № 9. С. 125—138. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-9-125-138. EDN: DGEPOM.
- 8. Роль туризма в модернизации экономики российских регионов : материалы международной научно-практической конференции (г. Петрозаводск-Кондопога, 8—10 июня 2010 г.) : сборник научных статей / редакторы: В.В. Громов, И.В. Зорин, Т.А. Кодолова [и др.]. Петрозаводск : КарНЦ РАН, 2010. 352 с.
- 9. Россия в цифрах. 2021: Краткий статистический сборник / ответственные за выпуск: Н.С. Бугакова, Е.А. Селезнева, Т.А. Михайлова. Москва, 2021. 275 с.
- Рубцова Н.В. Содержание понятия эффективность туристской деятельности / Н.В. Рубцова // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 18 (249). С 54–60
- 11. Ускова Т.В. Современные проблемы регионального развития и пути их решения / Т.В. Ускова // Проблемы развития территории. 2023. Т. 27. № 1. С. 7—9. DOI: 10.15838/ptd.2023.1.123.1.
- 12. Ускова Т.В. Туристская инфраструктура в регионе: оценка и перспективы: препринт / Т.В. Ускова, А. В. Величкина. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. 60 с.
- Хазова Д.С. Квалитативное моделирование развития устойчивого туризма / Д.С. Хазова // Научные записки молодых исследователей. 2014. № 4. С. 47–54.
- 14. Цехла С.Ю. Особенности оценки социальной эффективности туристической деятельности / С.Ю. Цехла // Экономика Крыма. 2010. № 2 (31). С. 78–82.
- 15. Чикурова Т.Ю. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности в малых и средних городах : автореферат диссертации кандидата экономических наук / Т.Ю. Чикурова. Екатеринбург, 2011. 25 с.
- 16. Юванен Е.И. Оценка социально-экономической эффективности внутреннего туризма в регионе (на примере Приморского края): автореферат диссертации кандидата экономических наук / Е.И. Юванен. Владивосток, 2006. 24 с.
- 17. Anderson, R.I. Hotel Industry Effciency: An Advanced Linear Programming Examination / R.I. Anderson, R. Fok, J. Scott // American Business Review. 2000. № 18 (1). P. 40–48.
- 18. Barros, C.P. Evaluating the effciency of a small hotel chain with a Malmquist productivity index / C.P. Barros // International Journal of Tourism Research. 2005. № 7 (3). P. 173–184.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-30-40

Содержание профессий как детерминанта качества экскурсионной услуги

The content of professions as a determinant of the excursion services quality

Клименко Татьяна Игоревна,

к.э.н., доцент, Томский государственный университет, Россия,

E-mail: klta@mail.ru

Кандыба Ольга Викторовна,

Московский городской педагогический университет, Россия **E-mail:** s.kandyba@mail.ru

Klimenko Tatyana,

Candidate of Economics, Associate Professor, Tomsk State University, Russia, **Kandyba Olga**,

Moscow City Pedagogical University, Russia

Аннотация. Целью авторов статьи является изучение процесса оказания качественной экскурсионной услуги, что важно при разработке актуальных материалов по подготовке кадров. Проведенное исследование с использованием как эмпирических (наблюдение, фокус-группа и др.), так и теоретических методов (анализ и синтез, изучение источников, обобщение и сравнение и пр.) направлено на гармонизацию всех имеющихся направлений в сфере подготовки кадров для экскурсионной деятельности. Основной посыл авторов: определить правильное содержание профессии — значит обеспечить качественное оказание экскурсионной услуги. Авторами описаны и учтены современные требования к организации рабочих и производственных процессов в процессе оказания экскурсионной услуги, предложена группировка трудовых функций, разработана матрица соответствия трудовых функций рыночным продуктам, рекомендованная к применению как в образовательных, так и в профессиональных целях.

Ключевые слова: сфера услуг, подготовка кадров, экскурсионные услуги, профессиональное образование, Worlskills

JEL codes: I25, M53, Z32

Abstract. The authors' of the article purpose is to study the process of providing high-quality excursion services, what is important in the development of relevant training materials. The study using both empirical (observation, focus group, etc.) and theoretical methods (analysis and synthesis, study of sources, generalization and comparison, etc.) is aimed at harmonizing of all available areas in the field of personnel training for excursion sphere. The main message of the authors is: determination of the correct content of the profession means provision of the quality excursion services. The authors describe and take into account modern requirements for the working and production processes organization in the process of providing excursion services, a grouping of labor functions is proposed, a matrix of correspondence of labor functions to market products is developed, recommended for use both in educational and professional purposes.

Keywords: services sector, personnel training, excursion services, vocational education, Worlskills

1. ПРОБЛЕМАТИКА

Анализ содержательного наполнения практической профессиональной деятель-

ности работников является основой для развития любой отрасли и полноценного отражения всех характеристик профессии.

Это применимо и к экскурсионной деятельности. Не секрет, что развитие туристского рынка породило в последние годы много новых наименований профессий и должностей: отельный гид, трансфермен, хостес и другие. Общепризнанными источниками сведений о наборе профессиональных компетенций и труловых функций работников являются классификатор профессий и должностей ОКПДТР, ЕКС, профессиональные стандарты, которые определяют профессиональные требования к умениям, знаниям и навыкам специалистов. Соответствие содержания материалов указанных источников рыночным тенденциям является важной задачей развития отраслевого сообщества. Таким образом, целью авторов является разработка актуальных материалов, в которых учтены современные требования к организации рабочих и производственных процессов в практике экскурсионной деятельности, а также гармонизация всех имеющихся направлений в сфере подготовки кадров для экскурсионной леятельности.

2. ИССЛЕДОВАНИЕ

В течение последних пяти лет авторами проведен глубокий анализ материалов, отражающих специфику экскурсионной деятельности. Объектом исследования стало содержание труда экскурсоводов и работников экскурсионной отрасли, предметом исследования — взаимосвязь существующих подходов к описанию профессионального образования в сфере экскурсионной деятельности с новыми требованиями экономического и социального развития страны на основе межотраслевой интеграции и стратегических ориентиров профессионального образования. В качестве методов исследования авторами были использованы: в теоретическом аспекте — анализ и синтез, индукция и дедукция, абстракция, обобщение и сравнение; в эмпирическом — работа с документами, наблюдение (прямое и косвенное), эксперимент, метод фокусгрупп, интервьюирование, анкетирование, контент-анализ.

В результате указанных методов выяснено, что экскурсионная деятельность претерпевает глубокие трансформации. Экскурсионные услуги с их познавательным и образовательным посылом стали весомой частью туристского путешествия, приобрели новую окраску в виде конкретных запросов туристов и повышения их ожиданий. [15, 23, 25] Современный турист испытывает потребность не просто в комфорте и отдыхе, ему важно и качественное наполнение времени поездки, соответствие экскурсионной услуги заявленным потребностям. [21, 20] Современный экскурсовод должен не только знать содержание экскурсии, но и обладать компетенциями для инновационных форматов ее воплощения. Качество услуг экскурсовода (TSQ) оказывает все большее влияние на общую удовлетворенность туристов (TS). Многие теоретики и практики доказывают это в своих исследованиях. [16, 17, 24, 27] Сегодня активно формируются и развиваются такие инновационные направления: разработка новых видов и форм экскурсионных программ, использование технических средств в экскурсионном процессе, создание инновационного экскурсионного контента, новые технологии экскурсионного обслуживания, методика экскурсионной работы с интерактивным взаимодействием и в онлайн пространстве и др. [18, 19]

На одном из этапов исследования выявлено, что для экскурсионной сферы в РФ обозначен следующий круг должностей (профессий): ассистент экскурсовода (гид), агент по приему заказов на экскурсии, организатор экскурсий, экскурсовод, управляющий экскурсионным бюро. В качестве базовых данных приняты положения следующих документов:

1. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС), 2019. Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников культуры, искусства и кинематографии» (Раздел утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 30.03.2011 N 251н)

- 2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКС). Раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» (Раздел утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 12.03.2012 N 220н)
- 3. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» (Зарегистрирован в Минюсте РФ 02.04.2012 N 23681)

На основе анализа перечень квалификационных характеристик работников экскурсионной сферы разделен условно на три группы по критерию «вовлеченность в экскурсионную услугу». На рисунке рис.1 видно, что оказание экскурсионной услуги является непрерывным процессом, соединяющим несколько этапов.

К первой группе можно отнести агента по приему заказов на экскурсии, от которого не требуется владения экскурсионной методикой и знаниями исторических и архивных данных. Он осуществляет работу с намерением заказчика приобрести услугу, оперируя укрупненными наборами навыков:

- осуществляет работу по приему и обработке заказов на экскурсии: консультирует клиента по правилам приема и предмету заказа, проверяет наличие реквизитов заказа и идентифицирует вид заказа, направляет заказ в соответствующие структурные подразделения экскурсионного бюро, координирует работу подразделений экскурсионного бюро, задействованных в реализации заказа, корректирует сроки и условия выполнения заказов и, в случае необходимости, информирует клиентов об изменении параметров заказа.
- ведет информационную базу (архив) о поступивших и выполненных заказах.
- составляет необходимую отчетность. Вторая группа должностей (профессий) определяют саму суть экскурсионных услуг: с ними потребитель непосредственно взаимодействует при получении услуги, соотносит свои ожидания с качеством полученных услуг, оценивая услугу как комплексную «цепочку» от приема заказа до его завершения. Именно поэтому квалификационные характеристики специалистов этой группы имеют большое значение при определении уровня удовлетворенности заказчиков. Так, например, в новом профстандарте экскурсовода дополнен перечень вспомо-

гательной деятельности по сопровожде-

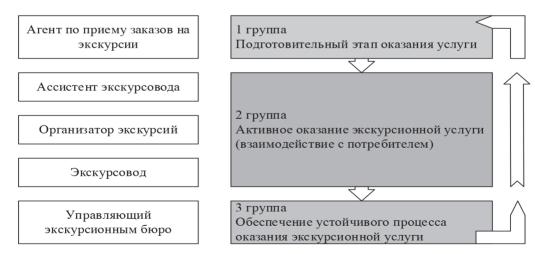


Рисунок 1. Блок-схема групп профессий экскурсионной сферы по критерию «вовлеченность в процесс оказания экскурсионной услуги»

(Source: разработано авторами)

Перечень профессиональных компетенций, влияющих на качество оказания экскурсионной услуги

для ассиствента экскурсовода
(гида)

• Участвует в сопровождении процесса оказания экскурсионных услуг, информировании экскурсантов / туристов о программе экскурсионного обслуживания,
• Оказывает организационную и иную

для организатора экскурсий

экскурсии.

• Определяет и удовлетворяет потребности экскурсантов (туристов) в экскурсионных услугах.

помощь экскурсоводу (гиду) в процессе проведения

- Общается с экскурсантами (туристами) в рамках профессиональных обязанностей, ведет деловую переписку по вопросам организации экскурсий.
- Принимает и анализирует заявки на организацию и проведение экскурсий.
- Разрабатывает новые формы и методы проведения экскурсий: пешеходных экскурсий в музеи, парковые ансамбли, сады и др.; обзорных и тематических автобусных экскурсий; экскурсий по рекам, каналам и пр.
- Планирует экскурсии: стандартные обзорные, по местным достопримечательностям, по музеям или культурным центрам, загородные, специальные.
- Разрабатывает программы экскурсий, организует протокольные мероприятия в начале и при завершении экскурсии, разрабатывает методики осмотра, показа и изучения объектов обзорной экскурсии.
- Организует использование различных видов транспорта для перевозки экскурсантов (туристов) при экскурсионном обслуживании, проводит инструктаж о правилах поведения на определенном виде транспорта.
- Обеспечивает сопровождение экскурсионных (туристских) групп при реализации экскурсионных программ.
- Контролирует: экскурсионное сопровождение, соблюдение программ экскурсий, качество проведения экскурсий, соблюдение протокольных мероприятий. В процессе экскурсионного обслуживания поддерживает связь с главным офисом экскурсионного бюро для решения текущих организационных вопросов.
- Обеспечивает безопасность экскурсантов (туристов): проводит инструктаж по безопасности и соблюдению мер предосторожности; принимает меры по обеспечению безопасности при проведении экскурсии; осуществляет контакты со службой безопасности, местными правоохранительными органами.
- Организует возвращение экскурсантов (туристов) с экскурсии, организует возврат личных вещей, проводит протокольные мероприятия при завершении экскурсии. Взаимодействует с заинтересованными организациями региона в создании и дальнейшем развитии экскурсионной деятельности.
- Организует работу с жалобами экскурсантов (туристов) (принимает и анализирует сведения, содержащиеся в жалобах, принимает меры по жалобам, ведет установленную отчетность).

- Предоставляет экскурсионные услуги в соответствии с утвержденными руководителем экскурсионного бюро маршрутами, технологическими картами согласно методикам проведения экскурсий, контрольным текстам и иным документам, предусмотренным национальными стандартами.
- Постоянно обновляет «портфель экскурсовода», собирает и изучает исторические материалы и документы, изучает материалы архивов, статистические данные, иные документы и материалы, содержащие сведения об объектах экскурсий.
- Готовит индивидуальные тексты экскурсий, публичных выступлений.
- Участвует в разработке новых тем, экскурсий, осваивает новые темы и варианты экскурсий для различных групп населения.
- Разрабатывает технику экскурсионных рассказов, публичных выступлений, ответов на вопросы.
- Получает информацию о месте и времени прибытия экскурсантов (туристов), организует их встречу в условленном месте.
- Устанавливает количество экскурсантов (туристов) в экскурсионной (туристской) группе. Удостоверяет принадлежность экскурсантов (туристов) к экскурсионной (туристской) группе, проводит протокольные мероприятия.
- Выбирает оптимальное месторасположение экскурсионной (туристской) группы для проведения экскурсии.
- Читает экскурсионные лекции по культуре и истории, рассказывает о традициях и обычаях региона, знакомит экскурсантов (туристов) с достопримечательностями.
- Проводит экскурсию по музею или культурному центру, сопровождает экскурсионными пояснениями и рассказами осмотр и показ экспозиций музея и других объектов показа.
- Проводит инструктаж по соблюдению мер предосторожности при проведении экскурсии.
- Организует бережное отношение экскурсантов (туристов) к санитарноэкологическому состоянию окружающей среды на маршруте
- Отвечает на общие и профессиональные вопросы экскурсантов (туристов) по теме экскурсии.
- Заполняет экскурсионные путевки и иную экскурсионную документацию.
- При заболеваниях экскурсантов (туристов), травмах оказывает первую помощь, организует вызов соответствующих служб «скорой помощи», спасателей.
- Координирует поведение экскурсионной (туристской) группы при наступлении чрезвычайной ситуации, сообщает соответствующим инстанциям о возникновении чрезвычайных ситуаций.
- Анализирует замечания и предложения экскуреантов (туристов) относительно качества предоставляемых экскурсионных услуг, вносит предложения по их совершенствованию.
 - Ведет установленную отчетность.

Рисунок 2. Блок-схема групп профессий экскурсионной сферы по критерию «вовлеченность в процесс оказания экскурсионной услуги»

(Source: разработано авторами)

нию при оказании экскурсионных услуг в виде организационной поддержки. [7, 8, 12] В этой связи определен обширный перечень профессиональных компетенций, влияющих на качество оказания экскурсионной услуги (рис. 2).

Управляющий экскурсионным бюро относится к третьей группе, его вовлеченность во взаимодействие с потребителем экскурсионной услуги можно назвать условной, квалификационные характеристики направлены на стратегический анализ и рыночную ориентацию предприятия экскурсионной сферы, что обеспечивает непрерывность оказания услуг, а именно:

он осуществляет общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью экскурсионного бюро;

определяет концепцию и стратегию развития экскурсионного бюро;

утверждает текущие и перспективные планы работы и контролирует их выполнение:

определяет условия и заключает договоры, связанные с деятельностью экскурсионного бюро, организует разработку программ и технологических документов экскурсионных маршрутов, контролирует выполнение этих документов и условий выполнения договоров;

утверждает штатное расписание и смету расходов экскурсионного бюро и обеспечивает их экономное и рациональное использование;

организует работу по выявлению и анализу проблем в работе экскурсионного бюро, рассмотрению замечаний и предложений клиентов, управлению и разрешению конфликтных ситуаций;

организует составление и своевременное представление установленной отчетности:

обеспечивает укрепление трудовой и производственной дисциплины, соблюдение правил по охране труда и пожарной безопасности;

осуществляет прогнозирование и планирование объемов реализации услуг, руководство маркетингом и продажами экскурсионных услуг, организует и проводит деловые переговоры и рекламные кампании, организует проведение презентаций.

Помимо квалификационных характеристик должностей работников организаций, осуществляющих экскурсионную деятельность, важны также так называемые soft skills, надпрофессиональные навыки, помогающие решать жизненные задачи, в том числе умения перспективно мыслить, создавать новые рыночные продукты, применять инновационные технологии в экскурсионной деятельности, развивать проекты в межпредметных и межотраслевых областях. [4, 22, 26, 28] Частично данные характеристики описаны в «Атласе новых профессий», где предложено описание новых видов профессиональной деятельности экскурсионной направленности (рис. 3) [1].

Авторами также изучены основополагающие требования к умениям, знаниям и навыкам профессионального мастерства работников экскурсионной сферы в соответствии со следующим перечнем документов [9, 10]:

ФГОСы СПО

- 1. ФГОС СПО по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство» (Зарегистрирован 24.01.2023 № 72111) утв. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100
- 2. ФГОС СПО по специальности 51.02.02 «Социально-культурная деятельность (по видам)» № утв. Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 11.11.2022 № 970
- 3. ФГОС СПО по специальности 43.02.10 «Туризм». Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 17.08.2022 № 742

Профессиональный стандарт

- 1. Профессиональный стандарт 04.005 Экскурсовод (гид) Рег. номер 162 Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 № 913н
- 2. Профессиональный стандарт 01.001 Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель). Утв. при-

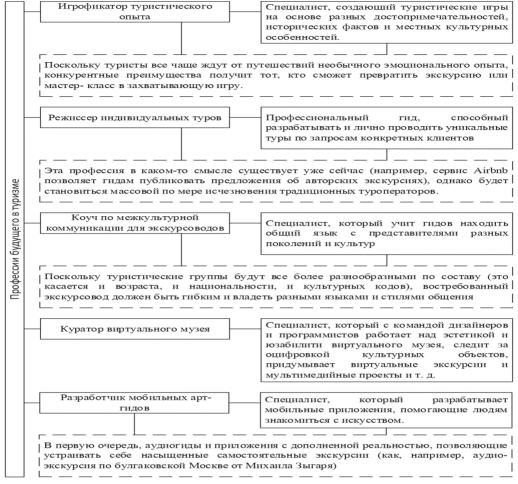


Рисунок 3. Блок-схема групп профессий экскурсионной сферы по критерию «вовлеченность в процесс оказания экскурсионной услуги» (Source: разработано авторами)

казом Министерства труда и социальной защиты РФ от 18 октября 2013 г. N 544н)

ГОСТы

- 1. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст)
- 2. ГОСТ Р 50690-2017. Туристские услуги. Общие требования. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N1561-ст)
- 3. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. (утв. И введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому

регулированию и метрологии от 8 декабря 2011 г. N 738-ст).

Таким образом, на основании теоретического анализа данных и эмпирических исследований (наблюдение, тайный покупатель, аудит услуги, фокус-группы и пр.) авторы сделали вывод, что существует обширное разнообразие описаний характеристик, отражающих содержания труда работников экскурсионной сферы, некая «размытость» классификационных границ, а также неполные сведения о навыках и умениях, отражающих процессы профессиональной практической деятельности. [2, 5, 6, 13] Созрела насущная

необходимость очертить взаимосвязь всех существующих форматов, объединив единым подходом, сделать их более понятными, гармонизировать содержание с учетом тенденций современных реалий экскурсионного рынка, а также создать «привязку» к реальным результатам экскурсионного процесса.

3.РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕЛОВАНИЯ

Авторами на основе изученных источников предлагается сгруппировать все квалификационные характеристики экскурсионных работников первой и второй группы, которые непосредственно участвуют в производстве экскурсионной услуги, в шесть обобщенных блоков Данные блоки, таким образом, описывают все виды профессиональной деятельности. умений, знаний и навыков специалиста экскурсионной сферы, заявленные в ЕКТС, ФГОСах, Профстандартах, и относятся к процессу взаимодействия с потребителем. Блоки базируются на требованиях современного рынка труда к такому специалисту, а главное, отвечают запросам потребителей, позволяют качественно создать всю «цепочку» оказания услуги. [3, 11, 14] Каждый блок включает полный перечень профессиональных задач такого специалиста, его трудовых функций и действий (профессиограммы). Схематично блоки отражены на рис. 4.

Далее перед авторами встала задача гармонизации реальных рыночных процессов экскурсионной сферы и заявленных теоретических требований к профессии. Для реализации на практике указанных знаний, умений, навыков авторы необходимо сформировать и опи-

сать конкретные виды работ, в результате которых может быть получен результат в виде рыночного продукта.

Авторами на основе метода фокусгрупп и интервьюирования выявлены основные направления профессиональной деятельности (модули), которые, на наш взгляд, полноценно отражают характер труда анализируемых специалистов экскурсионной сферы:

Модуль 1. «Прием и обработка заказа на экскурсию»

Содержание: общение с заказчиком, уточнение деталей и параметров заказа, выбор и согласование подходящего варианта экскурсионной программы,

Результат: макет договора на экскурсионное обслуживание, памятка по ведению электронной переписки, правила деловой этики при общении с заказчиком, коммуникационные скрипты.

Модуль 2. «Разработка аудиогида»

Содержание: умение использовать технические средства и онлайн-приложения для разработки аудиогида определенного тематического направления, формулировка целей и задач аудиогида, определение целевой аудитории, выбор речевого жанра повествования, знание особенностей в подаче материала в аудиоформате (образ героя / персонажа, от которого ведется повествования, подача материала через определенные методические приемы и т.п.).

Результат: экскурсионный аудиопродукт.

Модуль 3. «Разработка экскурсионной программы обслуживания/экскурсии»

Содержание: разработка экскурсии, умение использовать различные методи-

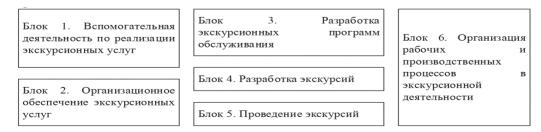


Рисунок 4. **Блоки профессиограммы работников экскурсионной сферы.** Source: разработано авторами

ческие приемы проведения экскурсии, оформление технологической карты и портфеля экскурсовода, знание основ драматургии экскурсии, владение навыками документационного обеспечения услуги «экскурсия».

Результат: полный пакет документационного обеспечения услуги «экскурсия»: технологическая карта, материалы «портфеля» экскурсовода, контрольный текст и план экскурсии (экскурсионной программы).

Модуль 4. «Проведение экскурсий»

Содержание: знание методики и техники проведения экскурсии, использование методических приемов при проведении экскурсии, интерактивных элементов в экскурсии, владение различными способами подачи информации, навык использования технических средств, оригинальность и креатив, обеспечение безопасности экскурсантов, умение работать с группой, ораторское мастерство.

Результат: апробированная на практике экскурсия (экскурсионная программа обслуживания)

Модуль 5. «Применение интерактивных технологий в экскурсионных программах»

Содержание: знание организационных мероприятий при использовании интерактивных технологий, проведение инструктажа по соблюдению правил техники безопасности экскурсантами и контроль соблюдения правил в ходе мастер-класса, взаимосвязь с экскурсией, документационное оформление мастер-класса или иного мероприятия.

Результат: полный пакет документационного обеспечения услуги «мастеркласс в формате экскурсии»: описание, план, смета, информационная справка, контрольный текст.

Модуль 6. «Решение проблемных ситуаций в профессиональной деятельности»

Содержание: знание основ бизнесвзаимодействий в экскурсионной деятельности, умение находить решения в различных проблемных ситуациях в профессиональной области, понимание алгоритма действия в организационных и производственных ситуациях, в процессе экскурсионного обслуживания, знание требований транспортной безопасности экскурсантов, правил обеспечения безопасности туристов на маршруте, реализация и продвижение экскурсионных услуг и проектов и пр.

Результат: разработанные памятки, стандарты, правила и т.п. для действий работников экскурсионной сферы в определенных ситуациях.

С целью гармонизации теории и практики авторами разработана матрица, отражающая взаимосвязь содержания профессиональных компетенций в сфере экскурсионной деятельности с требованиями экономического и социального развития страны на основе межотраслевой интеграции и стратегических ориентиров профессионального образования. Из табл. 1 хорошо видно, что каждый модуль опирается на обобщенную трудовую функцию профстандарта «Экскурсовод (гид)» (Приказ Минтруда России от 24.12.2021 № 913н)

Проведенное исследование позволило создать единую систему классификационных требований к специалистам экскурсионной сферы с опорой на практическую составляющую профессий. Сформированные шесть блоков навыков полностью отражают потенциал специалиста, способного создать и реализовать рыночный экскурсионный продукт.

4. ВЫВОДЫ

Разработанный авторами новый концептуальный подход к оценке профессиональных навыков специалистов экскурсионной сферы был использован в компетенции «Организация экскурсионных услуг» чемпионатного движения Ворлдскиллс Россия. Пакет конкурсной документации для чемпионатов профессионального мастерства явился обобщением практического и теоретического опыта с учетом современных тенденций развития экскурсионной деятельности. Стоит отметить, что на протяжении всего периода чемпионатной активности Ворлдскиллс, компетенция демонстрировала высокую заинтересованность

Таблица 1 Соответствие модулей трудовым функциям профстандарта (Source: составлено авторами)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Модуль	Результат действий
Вспомогательная деятельность по реализации экскур- сионных услуг	В/01.4 Прием и обработка заказов на экскурсии	Модуль 1 Прием и обработка заказа на экскурсию	Договор на экскурсионное обслуживание, памятка по ведению электронной переписки и этике общения с заказчиком, скрипты.
Организационное обеспечение оказания экскурсионных услуг	С/01.5 Организация экс- курсий	Модуль 2 Разработка аудиогида	Аудиопродукт
Оказание экскурси-	Д/01.6 Разработка экс- курсий	Модуль 3 Разработка экскурсий	Пакет документационного обеспечения услуги «экскурсия»
Оказание экскурси- онных услуг	Д/03.6 Ознакомление туристов (экскурсантов) с объектами показа	Модуль 4 Проведение экскурсий	Апробированная и готовая к внедрению экскурсия (экскурсионная программа обслуживания)
Организационное обеспечение оказания экскурсионных услуг	С/02.5 Разработка программ экскурсионного обслуживания	Модуль 5 Применение интерактивных технологий в экскурсионных программах	Пакет документационно- го обеспечения услуги «мастер-класс»
Оказание экскурси-	С/02.6 Сопровождение туристов (экскурсантов) по маршруту экскурсии	Модуль 6 Решение проблем- ных ситуаций в про- фессиональной дея- тельности	Памятки, стандарты, правила действий в определенных ситуациях

как со стороны участников конкурсов профессионального мастерства, так и со стороны профессионального и научного сообществ, что говорит о правильной формулировке основных постулатов данного концептуального подхода. Доказательством является и тот факт, что содержание компетенции «Организация экскурсионных услуг» отражено также в материалах Всероссийского чемпионатного движения по профессиональному мастерству «Профессионалы».

Изложенный концептуальный подход, создающий основу для оценки и развития

профессиональных навыков организаторов экскурсий, экскурсоводов, ассистентов экскурсоводов, агентов по приему заказов и др. активно используется в региональных проектах, профессиональных конкурсах, демонстрационном экзамене, в учебных программах, профессиональных модулях, а также в работе предприятий и специалистов экскурсионной сферы. Таким образом, представленные авторами материалы исследования могут быть рекомендованы к применению как в образовательных, так и в профессиональных целях.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Атлас новых профессий 3.0 / под редакцией Д. Варламовой, Д. Судакова. Москва: Альпина ПРО, 2021. 472 с.
- 2. Евдокимов М.Ю., Евдокимова Е.В. Особенности современной подготовки кадров для проведения экскурсий // Естественнонаучное и географическое образование в условиях обновления учебного содержания и цифровой трансформации процесса обучения: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Москва, 17-19 февраля 2022 г.): сборник научных статей / редакторы: Г.Г. Швецов, Т.М. Ефимова, С.А. Волкова, Е.Н. Арбузова; ответственный редактор В.В. Пасечник. Москва: ПРИНТИКА, 2022. С. 244—247.
- 3. Ивлева Я.А. Опыт подготовки экскурсоводов в Евпаторийском институте социальных наук (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского» / Я.А. Ивлева // Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса: материалы I Международной научно-практической конференции (г. Евпатория, 10-11 декабря 2021 г.): сборник научных статей / редакторы: Н.Н. Колосова, А.В. Хитрова. Симферополь: Издательство Типография «Ариал», 2022. С. 107–111.
- 4. Клименко Т.И. Инновационные подходы к развитию потенциала российского рынка сервисных услуг / Т.И. Клименко, О.В. Кандыба, А.А. Войнова // Научное обозрение. 2016. № 22. С. 141—145.
- 5. Клименко Т.И. Региональное развитие: к вопросу об оценочных критериях компетентности специалистов по формированию и продвижению турпродуктов / Т.И. Клименко, О.В. Кандыба // Конкурентоспособность регионов. Стратегия устойчивого развития. 2017. С. 213—218.
- 6. Клименко Т.И. Туристский рынок Австралии: подготовка кадров через стандарты WorldSkills / Т.И. Клименко, О.В. Кандыба, Л.М. Саетова // Научное обозрение. 2017. № 17. С. 109—114.
- 7. Лукина О.В. О национальных и профессиональных стандартах в экскурсионной деятельности / О.В. Лукина // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: материалы XVI Международной научно-практической конференции (г. Омск, 10-11 октября 2019 г.): сборник научных статей / Е.В. Кулагина, Д.П. Маевский, А.С. Полынский [и др.]; под общей редакцией Е.В. Кулагиной. Омск: Омский государственный технический университет, 2019. С. 3—9.
- 8. Масягина Н.В. К вопросу целесообразности введения профессионального стандарта «Ассистент экскурсовода (гида), гида-переводчика» / Н.В. Масягина // Научный вестник МГИФКСиТ. 2021. № 1 (67). С. 10–19.
- 9. Приказ от 7 мая 2014 г. № 474 об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм. URL: https://fgos.ru/fgos/fgos-43-02-10-turizm-474 (дата обращения: 26.03.2023)
- 10. Профессиональный стандарт 04.005 Экскурсовод (гид) Рег. номер 162 Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 № 913н. URL: https://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsion-nyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/reestr-professionalnykh-standartov/ (дата обращения: 26.03.2023)
- 11. Соломина И.С. Подготовка обучающихся к чемпионатам Ворлдскиллс Россия с помощью дистанционных технологий / И.С. Соломина // Пути развития массовых национальных видов спорта в России, мас-рестлинг: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием в рамках Чемпионата России по мас-рестлингу (г. Казань, 23 апреля 2022 г.): сборник научных статей / составители: А.И. Андросова, М.А. Ильясова; ответственный редактор И.И. Готовцев. Казань: Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2022. С. 437—440.

- 12. Трофимов Е.Н. Современное состояние и необходимые изменения системы профессионального образования в туризме и индустрии гостеприимства / Е.Н. Трофимов // Вестник РМАТ. 2022. № 3. С. 3-6.
- 13. Чукмарова Л.Ф. К проблеме подбора и подготовки экскурсоводов / Л.Ф. Чукмарова, А.Л. Короткова // Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. Т. 16. № 4. С. 20—32.
- 14. Black, R. Improving the quality of tour guiding: Towards a model for tour guide certification / R. Black, S. Ham // Journal of Ecotourism. 2005. Vol. 4. Iss. 3. P. 178–195.
- 15. Çakar, K. The past of tourist behaviour in hospitality and tourism in difficult times: a systematic review of literature (1978–2020) / K. Çakar, Ş. Aykol // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2023. Vol. 35. Iss. 2. P. 630–656.
- 16. Chen, S. A Practice Study of Ideological and Political Theories Teaching in the Course Service Standards of Thai Tour Guide from the Perspective of «Telling China's Stories» / S. Chen // 2022 3rd International Conference on Language, Art and Cultural Exchange (ICLACE 2022). Atlantis Press, 2022. C. 700–703.
- Coe, N.M. Students as tour guides: Innovation in fieldwork assessment / N.M. Coe, F.M. Smyth // Journal of Geography in Higher Education. 2010. Vol. 34. Iss. 1. P. 125–139.
- 18. Davronov I.O. Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations // Мировая наука. 2019. № 4 (25). C. 508–510.
- 19. Deng, Z. You are experienced: Interactive tour planning with crowdsourcing tour data from web / Z. Deng, D. Weng, Y. Wu // Journal of Visualization. 2023. Vol. 26. P. 385–401
- 20. Huang, S. Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai / S. Huang, C.H.C. Hsu, A. Chan // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2010. Vol. 34. Iss. 1. P. 3–33.
- 21. Hwang, J. How to form wellbeing perception and its outcomes in the context of elderly tourism: moderating role of tour guide services / J. Hwang, J.J. Kim, J. Soo-Hee Lee, N. Sahito // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2020. Vol. 17. Iss. 3. Art. 1029.
- 22. Kiryakova-Dineva, T. Soft skills for sustainable development in tourism: the Bulgarian experience / T. Kiryakova-Dineva, V. Kyurova, Y. Chankova // European Journal of Sustainable Development. 2019. Vol. 8. Iss. 2. P. 57–57.
- 23. Krul, H. Analysis of excursion activities of UNESCO World Heritage Site (on the example of the Residence of the Metropolitans of Bukovina and Dalmatia) / H. Krul, O. Zayachuk // Modern Scientific Research: Achievements, Innovations and Development Prospects: Proceedings of XI International Scientific and Practical Conference (Berlin, Germany, 24–26 April 2022) / ed. by M.L. Komarytskyy. Berlin, Germany, 2022. P. 175–180.
- 24. Kuo N.T. The asymmetric effect of tour guide service quality on tourist satisfaction / N.T. Kuo, Y.-S. Cheng, K.-C. Chang, L.-Y. (Lily) Chuang // Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 2018. Vol. 19. Iss. 4. P. 521–542.
- 25. Leclerc, D Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions / D. Leclerc, J.N. Martin // International Journal of Intercultural Relations. 2004. Vol. 28. Iss. 3–4. P. 181–200.
- 26. Li, S. How does tour guide humor influence tourist citizenship behavior? / S. Li, G. Chen, M. Liu [et al.] // Journal of Hospitality and Tourism Management. 2022. Vol. 50. P. 108–118.
- 27. Li, Y. The influence of tour guides' service quality on tourists' tour guide stigma judgment: An asian perspective / Y. Li, Y. Song, M. Wang, T.-C. Huan // Journal of Hospitality and Tourism Management. 2021. Vol. 48. P. 551–560.
- 28. Teng, H.Y. Charismatic tour-guiding: scale development and validation / H.Y. Teng, S.H. Tsaur // Journal of Travel Research. 2022. Vol. 61. Iss. 7. P. 1495–1507.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-41-47

Оценка влияния культурно-событийных мероприятий на аттрактивный потенциал дестинации

Assessment of the impact of cultural and event events on the attractive potential of the destination

Карпова Галина Алексеевна,

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой экономики и управления в сфере услуг, Санкт-Петербургский государственный экономический университет,

г. Санкт-Петербург

e-mail: karpovaga@rambler.ru

Ходанова Александра Владимировна,

аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия **e-mail:** sasha.shilova@gmail.com

Galina Karpova,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Management in the Service Sector, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

Alexandra Khodanova,

postgraduate student, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

Аннотация. В статье анализируются данные предыдущих исследований о влиянии культурно-событийных мероприятий на аттрактивный потенциал дестинации. В статье объединены эффективные стратегии для продвижения культурных мероприятий с целью повышения туристического потока регион.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: проанализировать существующие научные и практические работы по данной теме; раскрыть понятие аттрактивного потенциала дестинации; определить эффективные стратегии продвижения культурных мероприятий и повышения аттрактивного потенциала дестинации; провести анализ практический примеров культурно-событийных мероприятий с заметным положительным или отрицательным эффектом на туристический имидж региона.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях геополитической ситуации и растущей конкуренции на рынке туризма власти Российской Федерации вынуждены искать пути расширения туристических маршрутов внутри страны.

Ключевые слова: культурно-событийные мероприятия, дестинация, туристический регион, аттрактивный потенциал, привлечение туристов, маркетинг туризма.

JEL codes: L83, Z32

Abstract. The article analyzes data from previous studies on the impact of cultural events on the attractive potential of the destination. The article combines effective strategies for promoting cultural events in order to increase the tourist flow of the region.

To achieve this goal, the following tasks were set: to analyze existing scientific and practical work on this topic; to reveal the concept of the attractive potential of a destination; identify effective strategies for promoting cultural events and increasing the attractive potential of the destination; to analyze practical examples of cultural events with a noticeable positive or negative effect on the tourism image of the region.

The relevance of the topic is due to the fact that in the context of the geopolitical situation and growing competition in the tourism market, the authorities of the Russian Federation are forced to look for ways to expand tourist routes within the country.

Key words: cultural events, destination, tourist region, attractive potential, tourist's attraction, tourism marketing.

1. ВВЕДЕНИЕ

Культурно-событийные мероприятия играют весомую роль в решении задач по увеличению потоков туристов в различные туристические направления по всему миру. Главным преимуществом этого инструмента является возможность расширения аттрактивного потенциала региона и за счет этого — привлечения тех туристов, которые ранее не выбрали бы это направление при планировании путешествий. Как следствие, событийная деятельность может оказывать существенное влияние на экономику региона. Цель данного исследования - проанализировать мировой и отечественный опыт культурно-событийных мероприятий как инструмента повышения аттрактивного потенциала дестинации и выявить эффективные стратегии их взаимодействия.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать существующие научные и практические работы по данной теме;
- раскрыть понятие аттрактивного потенциала дестинации;
- определить эффективные стратегии продвижения культурных мероприятий и повышения аттрактивного потенциала дестинации:
- провести анализ практический примеров культурно-событийных мероприятий с заметным положительным или отрицательным эффектом на туристический имидж региона.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях геополитической ситуации и растущей конкуренции на рынке туризма власти Российской Федерации вынуждены искать пути расширения туристических маршрутов внутри страны. При этом, наблюдается недостаток внутренних ресурсов и уровня компетенций исполнительной власти субъектов Рос-

сийской Федерации, таких как Министерства туризма и курортов, комитеты по туризму и рекреации, департаменты по развитию туризма и другие, позволяющих раскрыть аттрактивный потенциал местности в туристическом информационном поле. Культурно-событийные мероприятия являются одним из эффективных инструментов для целей продвижения дестинации. Данное исследование имеет потенциальную практическую применимость для органов местной власти в области организации культурных мероприятий и развития туризма.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В первую очередь, необходимо учитывать существующую разницу подходов к определению понятий «туристический регион» и «дестинация». Туристический регион — имеет более широкое значение и может объединять несколько дестинаций в одном регионе, которые обладают определенным потенциалом для туризма [2, с. 464]. Такой регион может включать в себя несколько городов или курортов, имеющих природные, культурные или исторические достопримечательности и обладающих привлекательностью для туристов (например, Лазурный берег во Франции, Карибский бассейн и т.д.). Объединяя существующие подходы к определению понятия «дестинация», можно констатировать, что она включает в себя не только территориальные объекты, но и социальные и экономические аспекты, такие как качество услуг, инфраструктура и привлекательность для туристов. Согласно системному подходу, туристическая дестинация — это сеть взаимосвязанных элементов, обеспечивающих туристический продукт в определенном месте или пространстве, который имеет сформированный образ или представление о нем у туристов [9, с. 14].

Аттрактивность представляет собой способность дестинации привлекать внимание туриста в процессе путешествия и призвана порождать мотивы и стимулы туристского путешествия. [4, с. 68-72.] Турист, который выбирает дестинации на основе проводимых там фестивалей и мероприятий, обычно является любителем культуры и искусства. Он заинтересован в новых впечатлениях и переживаниях, поэтому предпочитают путешествия с некоторым элементом приключения. Этот тип туриста может быть молодым или среднего возраста, часто с высоким уровнем образования и достатка, так как посещение мероприятий может быть связано с дополнительными расходами. Чаще всего такие туристы путешествуют группами и могут быть готовы потратить больше времени на планирование поездки, выбрать сразу несколько городов и объектов размещения на своем пути. Они могут иметь предпочтения по жанрам культурных событий, таких как музыка, театр, кино, искусство и т.д., и выбирать дестинации, где проводятся мероприятия, связанные с их интересами. Также можно предположить, что такие туристы имеют высокую социальную активность и заинтересованы в общении с местными жителями и другими туристами на мероприятиях. Они могут искать возможности для участия в локальных традициях и культурных обычаях, чтобы лучше понять местную культуру и получить более полное впечатление.

Согласно отчету Аналитического центра, при Правительстве РФ «Культурномассовые мероприятия в туризме», более 60% иностранных туристов посещают Россию именно из-за культурных мероприятий [6].

В подтверждение тезиса о повышении аттрактивности дестинации за счет проведения культурных событий можно привести список 10 международных мероприятий России с указанием среднего показателя посещаемости в год:

1. Московский Международный Фестиваль Света «Circle of Light» (более 4 млн. посетителей в 2021 году).

- 2. Петербургский Международный Экономический Форум (около 19 тыс. участников в 2021 году).
- 3. Фестиваль «Балтийская яхтенная неделя» в Санкт-Петербурге (около 100 тыс. посетителей в 2018 году).
- 4. Международный кинофестиваль в Москве «Московский международный кинофестиваль» (около 200 тыс. посетителей в 2021 году).
- 5. Фестиваль «Спасская башня» в Москве (около 200 тыс. посетителей в 2021 году).
- 6. Фестиваль «Белые ночи» в Санкт-Петербурге (около 1 млн. посетителей в 2019 году).
- 7. Московский Международный Автосалон (более 1 млн. посетителей в 2019 году).
- 8. Международный Фестиваль Таврида. АРТ в Крыму (около 50 тыс. посетителей в 2022 году).
- 9. Фестиваль «Золотая осень» в Москве (около 6,7 млн. посетителей в 2019 году).
- 10. Международный Мультимедийный Фестиваль «White Nights» в Санкт-Петербурге (около 2 млн. посетителей в 2021 году).

Сила бренда туристической дестинации, зависит от нескольких факторов, таких как уровень лояльности к бренду, уровень осведомленности о нем, воспринимаемое качество, а также ассоциации, которые создаются вокруг бренда [1, с.4]. Так, примером взаимовыгодного взаимодействия культурно-событийных мероприятий и дестинации является совместная рекламная кампания. Например, локальное информационное бюро, при поддержке организаторов, может создать видеоролик, в котором демонстрируются не только основные достопримечательности региона, но и фрагменты прошлогоднего культурного фестиваля, который проводится там каждый год. Ролик может включать интервью с участниками события и его зрителями, которые расскажут о своих впечатлениях и восторге от проведенного времени. В ролике также должна быть информация о том, как добраться до региона, где можно остановиться, как приобрести билеты на фестиваль и другую полезную информацию для туристов. Подобная реклама может быть запущена в социальные сети, где будут размещаться новости, фото- и видеоматериалы о проводимых мероприятиях, интересные факты о регионе, а также информация о том, как добраться и где остановиться.

Организаторы культурного события также могут помочь в продвижении дестинации. Например, на территории проведения фестиваля могут быть размещены информационные стенды, где посетители могут получить брошюры и листовки о достопримечательностях региона. Также на мероприятии можно провести конкурс с призами, где участникам нужно будет ответить на вопросы о регионе или наиболее интересных местах, которые стоит посетить. Победителям можно будет вручить бесплатные билеты на следующий фестиваль или скидки на проживание в регионе.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Одним из таких примеров совместной рекламы культурного события и дестинации является рекламная кампания, проведенная в Москве в 2019 году. Кампания была организована Департаментом спорта города Москва и направлена на привлечение туристов во время проведения международного фестиваля «Круг света» [7]. Рекламная кампания включала в себя рекламные щиты и баннеры на улицах города, а также рекламу в интернете и социальных сетях. Она была ориентирована на молодую аудиторию, которая заинтересована в культурных событиях и путешествиях. Реклама фестиваля «Круг света» была органично вписана в общую концепцию рекламы Москвы как туристической дестинации. В рекламных материалах использовались яркие фотографии города и его достопримечательностей, а также привлекательные предложения для туристов, такие как скидки на отели и экскурсии. Такая совместная реклама позволила увеличить привлекательность как культурного события, так и самой дестинации, привлечь большее количество туристов и увеличить экономический эффект от туризма.

Еще одним примером совместной рекламы культурного события и дестинации может быть кампания, проведенная в рамках фестиваля «Волшебный Лед Сибири» в городе Красноярск. Комитет по туризму региона вместе с организаторами фестиваля провел рекламную кампанию. направленную на привлечение туристов из разных регионов России. В рамках кампании были использованы различные медиа-форматы, включая рекламные ролики, баннеры и рекламные статьи, которые распространялись на социальных сетях, на сайтах туристических агентств и в туристических журналах. Рекламная кампания была успешной и способствовала увеличению количества туристов на фестивале и в регионе в целом.

ADE (Amsterdam Dance Event) — это ежегодный международный фестиваль электронной музыки и конференция, проходящие в Амстердаме. Фестиваль был основан в 1996 году и с тех пор стал одним из самых крупных музыкальных событий в Нидерландах. Одной из ключевых особенностей ADE является поддержка государством. Нидерланды регулярно инвестируют средства в развитие фестиваля, что помогает привлекать больше туристов и повышать престиж Амстердама как музыкальной столицы мира. Кроме того, фестиваль сотрудничает с местными властями и другими культурными организациями для создания разнообразных музыкальных и культурных мероприятий в разных частях города. Также важно отметить, что ADE активно сотрудничает с местными предприятиями и туристическими компаниями, которые помогают организовать различные мероприятия и предоставляют различные услуги для участников фестиваля. Благодаря этому сотрудничеству участники фестиваля могут получить специальные скидки на проживание в гостиницах и ресторанах, а также на билеты на музыкальные мероприятия и экскурсии. Таким образом, поддержка государства и сотрудничество с местными компаниями и организациями являются важными факторами для успешной организации крупных культурных мероприятий, таких как ADE. Благодаря

этому фестиваль получает необходимые ресурсы для привлечения большого количества туристов и поддержания своего статуса в качестве ведущего музыкального события в мире. [7]

Некоторые культурные мероприятия могут негативно сказываться на продвижении дестинации, особенно если они не соответствуют интересам и ожиданиям целевой аудитории. Например, проведение мероприятия, которое является оскорбительным для определенных групп людей, может вызвать отрицательную реакцию и создать негативную ассоциацию с дестинацией в целом. Также, существует риск, что культурные мероприятия могут перегружать инфраструктуру и приводить к проблемам с доступностью для туристов, например, с переполненностью гостиниц или дорог. Это может негативно влиять на удобство и комфортность поездки и стать причиной оттока туристов из региона.

Еще одним риском является возможное нарушение баланса между культурными мероприятиями и другими видами туризма. Если слишком много ресурсов и внимания уделяется культурным мероприятиям, то другие виды туризма, такие как экологический или спортивный, могут оказаться забытыми и недостаточно развитыми. Это может привести к снижению разнообразия туристского продукта региона и, как следствие, уменьшению числа посетителей. Например, в 2019 году жители города Тулум в Мексике выступили против проведения фестиваля ВРМ, в результате чего он был отменен.

Еще один пример — это проведение массовых культурных мероприятий в исторических городах, которые могут наносить ущерб историческому наследию и приводить к перегрузке инфраструктуры. Например, проведение музыкального фестиваля в исторической части города Флоренции в 2017 году вызвало возмущение у местных жителей и экспертов в области культурного наследия.

Однако, существуют и способы смягчения рисков, связанных с проведением культурных мероприятий. Например, в 2018 году в Барселоне была проведена кампания "Барселона, не просто го-

род. Уважай ее", которая направлена на уменьшение влияния массового туризма на город, в том числе и на культурные мероприятия. В рамках кампании было разработано руководство для местных жителей и туристов, которое содержит информацию о том, как вести себя во время культурных мероприятий и сохранять культурное наследие города.

Для уменьшения рисков, связанных с культурными мероприятиями, важно проводить анализ интересов целевой аудитории, балансировать мероприятия разных типов туризма и обеспечивать доступность и удобство для туристов. Также, необходимо проводить мониторинг и анализ влияния мероприятий на туристический поток и аттрактивность дестинации в целом, чтобы быстро реагировать на возможные проблемы и корректировать стратегии продвижения.

В результате проведенного анализа становится очевидным, что культурно-событийные мероприятия играют важную роль в привлечении туристов в регион. Также было выявлено, что для эффективного привлечения туристов на культурно-событийные мероприятия необходимо уделять внимание не только самому мероприятию, но и дестинации в целом. Реклама мероприятия и дестинации должна быть комплексной и совместной, что может увеличить интерес туристов к региону в целом.

Кроме того, было обнаружено, что проведение культурно-событийных мероприятий может положительно сказаться на динамике туристического потока в регионе. Изменение количества посетителей до и после мероприятия может служить индикатором эффективности проводимых мероприятий и помочь в планировании будущих культурных событий. В связи с этим, рекомендуется регулярно проводить исследования для оценки эффективности проводимых культурных мероприятий и их влияния на привлекательность дестинации, а также разрабатывать комплексные стратегии для продвижения культурных мероприятий и повышения аттрактивности дестинации в целом.

Однако, для эффективной реализации потенциала культурно-событийных мероприятий необходимо учитывать различные факторы, такие как диверсификация мероприятий, достаточный уровень финансирования, продуманная логистика и транспортная инфраструктура, а также участие всех заинтересованных сторон, включая государственные органы власти и частный сектор.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Потенциальная область эффективного взаимодействия элементов системы указывает на необходимость государственной и региональной политики быть более чувствительными к социально-экономическим последствиям событийного туризма, а значит взять под свой контроль частные и бизнес инициативы. Одним из шагов к повышению эффективности реализации культурно событийных продуктов, и, в частности, музыкальных фестивалей, должно стать установление стратегических приоритетов на региональном уровне. Такими приоритетами могут стать:

- соответствие формата и тематики мероприятий туристическому бренду региона;
- сезонность и даты проведения масштабных событий в регионе;
- возрастные категории целевых аудиторий;
- желаемая численность участников событий;
- ориентация на привлечение целевой аудитории из соседних регионов с легкой транспортной доступностью;
- удаленность мест проведения событий от густонаселенных пунктов и спальных районов;
- формирование туристических пакетов для иногородних и иностранных участников событий;
- привлечение локальных подрядчиков для реализации ивентов в регионах;
- привлечение местного население в процесс реализации события;
- освоение новых территорий для проведения мероприятий;
 - сбор и утилизация мусора;

транспортная логистика до места проведения мероприятия.

Сформировать эффективный организационно-экономический механизм взаимодействия дестинации и культурно-событийных мероприятий можно при помощи следующих рекомендаций:

Разработать четкую стратегию и план мероприятий, которые будут проводиться в рамках дестинации. Важно определить цели и задачи мероприятий, а также их целевую аудиторию.

Установить партнерские отношения между организаторами мероприятий и представителями дестинации. Такие отношения позволят усилить продвижение мероприятий и привлечь больше туристов в регион.

Проводить маркетинговые исследования для определения интересов и потребностей туристов, а также для оценки эффективности мероприятий, влияющих на привлекательность дестинации.

Предоставить туристическим операторам и агентам информацию о культурнособытийных мероприятиях и привлекательности дестинации в целом.

Разработать программу поддержки культурно-событийных мероприятий, например, через выделение дополнительных средств на их проведение и рекламу.

Сотрудничать с государственными и общественными организациями, которые занимаются развитием туризма и культуры, для создания благоприятных условий для проведения мероприятий и привлечения туристов.

Усилить меры по сохранению культурного наследия региона, включая местные традиции, историю и культуру. Это поможет усилить привлекательность дестинации и повысить интерес туристов.

Регулярно проводить мониторинг результативности мероприятий и оценивать их влияние на развитие туризма в регионе.

В продолжении данного исследования также рассмотрена возможность создания культурно-событийного кластера, где дестинации и фестивали будут сотрудничать на более широком уровне. За основу гипотезы взято определение микро- кластера —

меж-кооперационного взаимодействия предприятий и организаций, имеющих принадлежность к одной отрасли и находящихся в территориальной близости. [5, с. 251. Ряд исследователей уделяют большее внимание специфике и особенностям туристско-рекреационного потенциала территории, полагая, что туристские аттракции и есть основа создания и развития кластерной структуры [5, с. 11]. Однако, в отличие классической области применения принципа кластеризации, предлагается создать мультифункциональную инфраструктуру, которая будет привлекать организаторов событий в регион с разных городов и стран.

Зачастую, дестинации проигрывают в тендерах на международные мероприятия ввиду отсутствия подходящих площадок. Концертные залы, спортивные арены, выставочные пространства и городские площади не подходят для проведения фестивалей международного формата. Организатором приходится осваивать

открытые локации (поля, парки или береговую линию) и самостоятельно обеспечивать всю инфраструктуру — от инженерных сетей до санитарных точек. В мировой практике предпочтение отдается уже готовым площадкам, таким как реставрированные индустриальные районы или фабрики, где располагаются арт-кластеры. Такие объекты вызывают интерес как среди молодежи и творческих объединений, так и представителей бизнеса. Объединение на одной территории нескольких ивент-площадок и ивент-организаторов может заметно ускорить развитие событийного туризма в конкретной дестинации и ей дать дополнительное конкурентное преимущество.

В заключении, важно подчеркнуть, что эффективный организационно-экономический механизм взаимодействия дестинации и культурно-событийных мероприятий требует комплексного подхода и сотрудничества различных заинтересованных сторон.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Александрова А.Ю. Интеграция событийных мероприятий в продвижение туристских дестинаций на принципах ко-брендинга // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2015. № 6. С. 135—162.
- 2. Быстров С.А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика / С.А. Быстров, М.Г. Воронцова. Санкт-Петербург: Герда, 2008. 464 с.
- 3. Зорин А.И. Концептуальное диалектическое проектирование туристских дестинаций / А.И. Зорин // Вестник Московского университета МВД России. 2011. № 9. С. 152—153.
- Карпова, Г. А. Оценка аттрактивного потенциала // Вестник Национальной академии туризма. 2014. № 1. С. 68–72.
- 5. Карпова Г.А. Управление туристскими дестинациями на принципах кластеризации / Г.А. Карпова, С.Ю. Гришин, Е.В. Песоцкая, В.А. Ткачев. Санкт-Петербург: Издательство СПбГЭУ, 2017. 153 с.
- 6. Отчет Аналитического центра при Правительстве РФ «Культурно-массовые мероприятия в туризме». URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm (дата обращения: 04.03.2023).
- 7. Официальный сайт Московского международного фестиваля «Круг света». URL: https://lightfest.ru/about/(дата обращения: 04.03.2023).
- 8. Официальный сайт Amsterdam Dance Event. URL: https://www.amsterdam-dance-event.nl/en/(дата обращения: 07.03.2023).
- 9. Рамашова А.Н. Научные подходы к определению понятия «туристская дестинация» / А.Н. Рамашова, Ш.Б. Байжанова, М.Ж. Бекбол // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2021. Т. 15. № 1. С. 41–55.
- 10. Chen, C. The impact of cultural events on destination image and the moderating effects of novelty seeking and involvement / C. Chen, F. Chen, W. Lee // Journal of Destination Marketing & Management. 2018. Vol. 7. P. 275–284.
- 11. Cooper, C. Tourism: Principles and practices / C. Cooper, Harlow: Pearson, 2005. 736 p.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-17-1-48-56

Анализ документа стратегического развития регионов РФ

Analysis of the document of strategic development of the regions of the Russian Federation

Анопченко Татьяна Юрьевна,

д.э.н., профессор, профессор кафедры Государственного и муниципального управления «РЭУ им. Г.В.Плеханова», г. Москва **e-mail:** Anopchenko.TY@rea.ru

Воронина Наталья Федоровна,

к.социол.н., доцент, профессор Академии военных наук, зав. кафедрой «Экономика и социальный менеджмент предприятий и регионов», филиал «Стрела» Московского авиационного института (МАИ), г. Москва, **e-mail:** voroninanf@yandex.ru

Tatiana Anopchenko,

Doctor of Economics, Professor Professor of the Department of State and Municipal Administration «PRUE named after G.V. Plekhanov», Moscow

Natalia Voronina,

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, the Head of the Economy and Social Management of Enterprises and Regions Department, department «Strela» of Moscow Aviation Institute, Moscow,

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы необходимости формирования стратегических документов, определяющих направление регионального развития в долгосрочной перспективе, с учетом единого подхода. Авторы обращают внимание, что разработка и реализация документов стратегического управления и планирования развития территорий $P\Phi$ в настоящее время осуществляется экспертным путем каждым субъектом самостоятельно. Составление документов стратегической направленности основывается на аналитических, эмпирических и прогнозных показателях. В связи с тем, что единых регламентированных четких требований к разработке такого рода документов не сформулировано, то их структура и формирование показателей может значительно отличатся в разных регионах, что затрудняет общее стратегическое планирование развития территорий в целом. Также, отсутствие единообразости приводит к некачественному сбору необходимой предварительной информации. Такой подход к предоставлению аналитической информации и составлению стратегических документов искажает реальную ситуацию состояния регионов, не позволяет проводить их диагностику и оценку для принятия правильных управленческих решений на федеральном уровне и, как следствие, неэффективного использования бюджета. В результате проведенного анализа стратегий социально-экономического развития регионов $P\Phi$ методом контент-анализа выявлено, что отсутствует единая методология составления документов и требований к измеримости оценочных показателей реализации документов территориального стратегического планирования. В иелом это приводит к снижению эффективности разработанной стратегии или к ситуации, когда документ является формальным. Разработка единых рекомендаций по формированию документов, определяющих региональное стратегическое развитие позволит формировать эффективные стратегии, реализация которых соответствует целям стратегического развития страны в целом.

Ключевые слова: документы стратегического развития, регион, региональная политика, ключевые показали развития, непрерывное развитие территорий, социально-экономическое развитие, стратегическое планирование, региональное развитие, методология, формирование стратегий.

JEL code: R11, O20

Abstract: The article considers the issues of the need to form strategic documents that determine the direction of regional development in the long term, taking into account a unified approach. The authors pay attention to the fact that the development and implementation of documents of strategic management and planning of the development of the territories of the Russian Federation is carried out currently by expert means by each subject independently. The preparation of strategic documents based on analytical, empirical and predictive indicators. Structure of documents and the formation of indicators may differ significantly in different regions, which complicates the overall strategic planning of the development of territories as a whole due to the fact there are no uniform regulated clear requirements for the development of such documents. Besides the lack of uniformity leads to poor-auality collection of the necessary preliminary information. Such an approach to the provision of analytical information and the preparation of strategic documents distorts the real situation of the state of the regions, does not allow their diagnosis and assessment to make the right management decisions at the federal level and, as a result, inefficient use of the budget. As a result of the analysis of the strategies of socio-economic development of the regions of the Russian Federation by the method of content analysis, it was revealed that there is no unified methodology for drafting documents and requirements for the measurability of evaluation indicators for the implementation of territorial strategic planning documents. In general, this leads to a decrease in the effectiveness of the developed strategy or to a situation where the document is formal. The development of unified recommendations on the formation of documents defining regional strategic development will allow the formation of effective strategies, the implementation of which corresponds to the goals of the strategic development of the country as a whole.

Key words: strategic development documents, region, regional policy, key development indicators, continuous development of territories, socio-economic development, strategic planning, regional development, methodology, formation of strategies.

1. ВВЕДЕНИЕ

Разработка и внедрение документов стратегического планирования является основой для реализации деятельности по управлению регионами РФ с учетом значений показателей социально-экономического развития субъекта РФ в соответствии с Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации» № 172 от 28.06.2014 г. Под стратегическим планированием понимается деятельность участников стратегического планирования по целеполаганию, прогнозированию, планированию и программированию социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, отраслей экономики и сфер государственного и муниципального управления, обеспечения национальной безопасности Российской Федерации, направленная на решение задач устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и обеспечение национальной безопасности Российской Федерации [14, с.3]

В настоящее время субъекты РФ реализуют управленческую деятельность на

основании разработанных и утвержденных документов стратегического планирования — Стратегия социально-экономического развития. Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации — документ стратегического планирования, содержащий систему долгосрочных приоритетов, целей и задач государственного управления, направленных на обеспечение устойчивого и сбалансированного социально-экономического развития Российской Федерации. [14, с. 8]

Документы стратегического планирования на уровне субъекта РФ разрабатываются в целях прогнозирования, планирования и программирования. Спецификой стратегического планирования субъектов РФ является территориальные особенности деятельности каждого субъекта в отдельности, связанные с географическими, социально-экономическими, демографическими характеристиками.

Региональное стратегическое планирование имеет свою специфику, связанную с необходимостью разработки как общих, так и индивидуальных теоретико-методологических основ стратегического планирования региона, отображенных в структуре стратегических документов

субъектах стратегирования. Стратегическое планирование является инструментом, с помощью которого формируется система целей функционирования хозяйственной системы, [9] определяются подходы по достижению заданных показателей деятельности и объединяются усилия всех субъектов управления, что определяет актуальность проводимого исследования.

Целью исследования является определение соответствия действующих документов Стратегия регионального развития в РФ по регионам методологическим основам стратегического планирования и влияние этого фактора на успешность региона.

Для достижения поставленной цели проведен анализ стратегических документов регионального развития — «Стратегия социально-экономического развития» по регионам РФ по состоянию на 2021 год, в части их соответствия теоретико-практическим основам стратегического планирования и соответствия ключевым параметрам документа «Стратегии социально-экономического развития РФ». Выделены базовые критерии документа стратегического планирования и проведен анализ соответствия реализуемых стратегий на региональном уровне по выделенным критериям.

2. МЕТОЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для проведения исследования применялись следующие методы: диалектического анализа, методы количественной оценки данных, метод контент-анализа.

Рассматриваемая проблема регионально развития территорий РФ связана с неоднородностью в развитие территорий и требованиями государственно-муниципального управления, направленных на снижение дисбаланса в развитии, а также реализации политик, направленных на непрерывное развитие и устойчивый рост в современных быстро изменяющихся условиях функционирования органов управления на местах, необходимость обоснования и внедрения новых форм и методов управления, что определяет теоретическую и практическую значимость работы.

Источником информации являются документы открытого доступа, международные документы, нормативно-законодательные документы РФ, статистическая информация.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

На текущем этапе развития стратегического планирования в $P\Phi$ ключевое значение для его осуществления и своевременной корректировки имеет разработка и внедрение инструментов методического документального обеспечения данного процесса.

В период с введения в действие Федерального закона №172 в 2014 года по настоящее время на всех уровнях власти периодически разрабатываются и внедряются в действие документы, направленные на совершенствование подготовки методологического обеспечения процедур разработки, корректировки, мониторинга документов стратегического планирования на региональном уровне и оценки полученных результатов:

Как видно из таблицы 1 за почти десятилетний срок с большими временными интервалами внедрены регламентирующие документы, которые в основном носят рекомендательных характер. Конечно регионы РФ достаточно разнообразны по своей направленности, географической специфики, уровню финансирования, плотностью населения, трудовыми и иными ресурсами. Наличие разработанной единой классификационной основы, позволяющей оценить динамику развития регионов по базовым доступным показателям позволило бы своевременно получать необходимую аналитическую информацию для разработки и реализации программ сбалансированного развития территорий РФ.

В настоящее время, в связи с отсутствием единой общепризнанной методологии, позволяющей проводить эффективное стратегическое планирование на территориальном уровне, существует большое количество методик и техник формирования стратегических планов социально-экономического развития регионов. В основном происходит попытка переноса успешных практик стратегического планирования в коммерческих структурах на уровень государственного территориального управления. Но попытка адаптации этих практик обладает меньшей успешностью в связи с терминологической, функционально, целевой разницей, что объясняется сложностью и разносторонностью, необходимости учета разнообразных факторов, зачастую не обладающих прямыми оценочными возможностями, самого государственного управления.

Таблица 1 Перечень документов, направленных на совершенствование процедуры стратегического планирования регионов РФ

Год	Наименование
2014	Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» № 172 [1]
2015	Ответы на часто задаваемые вопросы субъектов РФ по реализации положений Федерального закона от 28 июня 2014 г. №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [3]
2016	Форма предоставлений сведений участниками разработки стратегии социально-экономического развития российской Федерации [4]
2017	Методические рекомендации по разработке и корректировке стратегии социально-экономического развития субъекта Российской Федерации и плана мероприятий по ее реализации [5]
2019	Методические указания по разработке национальных проектов (программ) [6]
2021	Постановление от 26.05.2021 г. №786 «О системе управления государственными программами Российской Федерации» [7]
2021	Указ Президента РФ от 8.11.2021 г. №633 «Об утверждении основ государственной политики в сфере стратегического планирования в Российской Федерации» [8]

В работах Ф. Абраме, И. Ансоффа, М. Портера, Г. Хамела, Р. Каплана и Д. Нортона, Г. Штейнера, А. Томпсона, В. Н. Буркова, В. А. Ирикова, Б. З. Мильнера, С. П. Никанорова представлены вопросы методологии теории стратегического планирования. Следует отметить, что в части методологии особое внимание уделяется таким инструментам, как матричные инструменты стратегического анализа. Первоначально они представляли программные продукты компаний Boston Consulting Group, McKinsey, Artur D. Little. [1, с. 4]

Также разнообразно представлена и характеристика процесса стратегического планирования на уровне региона [6, с. 70]:

- создание условий и обеспечение возможностей, при которых в процесс принятия управленческих решений вовлекаются как представители органом государственного и муниципального управления, так и инвесторы, и представители бизнеса на местах, т.е. всех тех, кто заинтересован в долгосрочном непрерывном эффективном развитие региона;
- организация подходящих условий жизнеобеспечения посредством установления слабых и сильных сторон в деятельности субъекта РФ;
- вовлечение в процессы региональных стейкхолдеров.

Стратегическое управление регионом представляет собой сложную социальноэкономическую систему и осуществляется комплексом экономических, организационно-распорядительных, социально-психологических методов.

К особенностям стратегического планирования причисляют на региональном уровне субъекта РФ: [12]

- перспективу использования финансирования региональных программ из федерального бюджета;
- необходимость соблюдение иерархичности соответствия целей от высшего федерального уровня до низшего муниципального;
- важность формирование стратегий на основе региональных особенностей: географического расположения, экономической деятельности и привлекательности, социальной динамики;
- реализация деятельности по активизации гражданской позиции для реализации общей работы в части формирования стратегических целей разаития;
- включенность условий и социальноэкономических результатов реализации социальных программ;
- необходимость поддержки инвестиционной привлекательности территории, развития регионального бренда;
- соответствие выбранного направления регионального развития стратегии развития РФ в целом;
- учет возможных финансовых рисков при реализации стратегических мероприятий.

Внедрение в 2021 году нормативного документа «Основы государственной политики в сфере стратегического планирования

- в Российской Федерации» осуществилялось, в том числе для улучшения: [13]
- а) взаимодействия участников стратегического планирования под руководством Президента Российской Федерации, координации стратегического управления и мер бюджетной политики;
- б) организации разработки документов стратегического планирования в соответствии с их архитектурой;
- в) координации и контроля в сфере стратегического планирования;
- г) организации научно-методологического, информационно-аналитического и кадрового обеспечения стратегического планировании.

Формирование плана стратегического развития регионов РФ можно представить в структуре последовательно принимаемых управленческих решений, на основе аналитических данных, направленных на формировании или актуализации цели социально-экономического развития, задач, разработки инструментария для их достижения. [2]

Для формирования и развития документов стратегического планирования на региональном уровне необходимо четко формировать критерии оценки, как с позиции экономической эффективности, так и социальной, и прогнозно-ориентированной, на основе общего плана развития территорий РФ и требований непрерывного развития, изменяемой ситуации по отраслям экономики, с учетом внутренних и внешних политических факторов. Разработка системы показателей, которая позволила бы своевременно и адаптивно проводить оценку фактически в режиме реального времени и вносить необходимые корректировки в управленческие действия невозможно без использования современных технологий и уже внедренных цифровых платформ «Госвеб», федеральной государственной информационной системы территориального планирования (ФГИС ТП) и внедряемой единой цифровой платформы «ГосТех», которая должна стать ядром всех государственных цифровых сервисов.

Для проведения анализа выбраны стратегические документы — Стратегия социально-экономического развития — 46 регионов РФ.

Показатели, отражающие целевые индикаторы любых стратегических до-

кументов, должны количественно характеризовать ход их реализации, решение основных задач и достижение целей. [7] Выделены следующие базовые показатели, которые должны быть указаны в документе: актуализация Стратегии, иностранные инвестиции, выделенные этапы развития, наличие SWOT — анализа, наличие плана реализации стратегии, наличие экологических показателей, указана динамика эксперта и импорта. Проведенный анализ стратегических документов социально-экономического развития регионов РФ по выделенным показателя представлен в таблице 2.

Как следует из таблицы 2, ни один из рассматриваемых документов полностью не отвечает выделенным критериям. В таблице акцентировано внимание на обновление программ стратегического развития после 2020 года, в связи с резко изменившимися условиями жизни и функционирования всех сфер деятельности с введением пандемийных ограничений и изменившимися факторами взаимодействия во внешнем и внутреннем рынках. На основании выделенных критериев можно сделать вывод, что наилучшая ситуация в части формирования стратегических документов, сложилась в следующих областях: Иркутская, Ленинградская, Московская, Омская, Сахалинская, Тульская, Вологодская область. В стратегических документах данных субъектов РФ выявлено несоответствие только по одному критерию. В следующих областях, а именно: Воронежская, Ярославская, Ивановская, Архангельская, Астраханская, Липецкая, Мурманская, Новгородская, Оренбургская, Свердловская, Волгоградская, выявлены несоответствие по нескольким показателям.

Для проведения дальнейшего анализа рассмотрим место лидирующих субъектов РФ в рейтинге социально-экономического положения регионов по итогам 2021, представленным в таблице 3.

По данным, представленным в таблице 3 в первую пятерку по росту рейтингового балла входят Кемеровская область, Челябинская область, Липецкая область, Вологодская область и Новгородская область, у которых значение интегрального рейтинга увеличилось более чем на 9 баллов. В стратегических документах этих субъектов РФ по выделенным критериям достаточно высокий уровень подготовки. Одними

 $\begin{tabular}{llll} $\it Taблицa~2$ \\ \begin{tabular}{lll} {\it Peзультат анализа документа «Стратегии социально-экономического развития»,} \\ &\it Источник: составлено автором \\ \end{tabular}$

Источник: составлено автором							
Наименование субъекта РФ	Обновлена после 2020г.	Иностранные инвестиции	Этапы развития	SW0Т-анализ	План реализации стратегии	Экологические показатели	Динамика эскпорта и импорта
Амурская область (Благовещенск)	-	указано	-	+	-	+	-
Архангельская область (Архангельск)	-	указано	-	+	+	+	-
Астраханская область (Астрахань)	-	указано	-	+	+	+	-
Белгородская область (Белгород)	-	не указано	-	+	+	+	+
Брянская область (Брянск)	-	не указано	-	+	-	-	-
Челябинская область (Челябинск)	-	указано	-	-	+	-	+
Иркутская область (Иркутск)	-	указано	+	+	+	+	+
Ивановская область (Иваново)	+	не указано	+	+	+	+	-
Калининградская область (Калининград)	-	указано	-	+	+	+	+
Калужская область (Калуга)	-	не указано	-	+	+	+	+
Кемеровская область (Кемерово)	+	не указано	-	+	+	+	+
Кировская область (Киров)	+	указано	+	+	+	+	-
Костромская область (Кострома)	+	указано	-	+	+	-	-
Курганская область (Курган)	-	указано	+	-	-	-	-
Курская область (Курск)	+	указано	-	+	+	-	-
Ленинградская область (Санкт-Петербург)	-	указано	+	+	+	+	+
Липецкая область (Липецк)	+	указано	-	+	+	-	+
Магаданская область (Магадан)	+	не указано	-	+	+	+	-
Московская область (Москва)	-	указано	+	+	+	+	+
Мурманская область (Мурманск)	-	указано	-	+	+	+	+
Нижегородская область (Нижний Новгород)	-	не указано	+	+	+	+	-
Новгородская область (Великий Новгород)	-	указано	+	+	+	+	-
Новосибирская область (Новосибирск)	-	указано	-	-	+	+	+
Омская область (Омск)	-	указано	+	+	+	+	+
Оренбургская область (Оренбург)	+	не указано	+	+	+	+	-
Орловская область (Орёл)	-	не указано	+	+	+	+	-
Пензенская область (Пенза)	-	указано	+	+	+	-	-
Псковская область (Псков)	-	не указано	-	-	-	-	-
Ростовская область (Ростов-на-Дону)	-	указано	-	+	+	+	+
Рязанская область (Рязань)	-	указано	-	-	-	-	-
Сахалинская область (Южно-Сахалинск)	-	указано	+	+	+	+	+
Самарская область (Самара)	-	указано	-	-	+	+	-
Саратовская область (Саратов)	-	указано	-	-	-	-	-
Смоленская область (Смоленск)	-	не указано	-		-	-	+

Свердловская область (Екатеринбург)	-	указано	-	+	+	+	+
Тамбовская область (Тамбов)	-	указано	-	-	+	+	-
Томская область (Томск)	-	не указано	-	-	+	-	+
Тверская область (Тверь)	-	не указано	-	+	+	-	-
Тульская область (Тула)	-	указано	+	+	+	+	+
Тюменская область (Тюмень)	-	не указано	-	+	+	+	+
Ульяновская область (Ульяновск)	-	указано	-	-	-	-	-
Владимирская область (Владимир)	-	указано	-	-	-	-	-
Волгоградская область (Волгоград)	+	указано	-	+	+	+	-
Вологодская область (Вологда)	-	указано	+	+	+	+	+
Воронежская область (Воронеж)	-	указано	-	+	+	+	-
Ярославская область (Ярославль)	-	указано	-	+	+	-	+

из худших показателей по таблицам 2 и 3 показали Рязанская, Владимирская, Ульяновская, Смоленская, Саратовская, Псковская, Брянская области. При таких показателях развитие в этих областях инструмента стратегического планирования и решение задачи по повышению эффективности стратегического планирования приобретают особую актуальность.

Конечно, процессы стратегического управления являются длительными во времени, документы стратегического планирования разрабатываются субъектами РФ на определенный длительный период времени и в настоящее время все исследуемые субъекты имеют утвержденную Стратегию социально-экономического развития, но с 2014 года на протяжении более пяти лет процедура разработки и реализации Стратегий в разных регионах происходила в разное время, что в целом является значимым препятствием для формирования стратегического управления в РФ.

4. ВЫВОДЫ

Результаты реализации мероприятий в соответствии со Стратегией социально экономического развития региона РФ можно оценить только по истечению некоторого периода времени, наблюдается неопределенность последействия. Социально-экономические процессы во многом инертны и на них влияет большое количество факторов сред, как внешней, так и внутренней направленности. Проведен анализ Стратегий социально-экономического развития по субъектам РФ на основе выделенных оценочных критериев. Выявлены регионы — лидеры и регионы — аутсайдеры

в части разработки документов. Проведен анализ положения данных регионов в рейтинговой таблице. Сделан вывод о наличии зависимости между уровнем разработки стратегических документов и тенденции в развитии региона.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Документы стратегического социально — экономического развития регионов РФ являются основополагающими при разработке управленческих решений на всех уровнях, поэтому их разработка и внедрение должно основываться на четко прописанных процедурах, носящих повелительный характер, а не рекомендательный, как происходит в настоящее время. На органы государственной власти РФ в части реализации разработки и исполнения мероприятий стратегического планирования возложены обязанности по обеспечению необходимым методологическим инструментарием на уровне регионов. Полномочия органов государственной власти субъектов РФ в сфере стратегического планирования распространяются на формирование требований к структуре и содержанию документов стратегического планирования, разрабатываемых в субъектах РФ, определения структуры разработки, рассмотрения и утверждения, а также осуществления методического содействия. [14] Гармоничный, эффективно выстроенный с позиций времени реализации стратегический план служит неотъемлемой основой успешного противодействия современным кризисным явлениям. [3] Стратегия отдельного региона, содержащая научно-обоснованную систему целей во многом уникальна

Таблица 3 Рейтинг социально-экономического положения регионов по итогам 2021 г. Источник: [14]

	Ист	гочник: [14]			
Наименование области РФ	Интегральный рейтинг по итогам 2021г, баллы	Интегральный рейтинг по итогам 2020г, баллы	Разница за период	Место по итогам 2020г	
Московская	77,337	71,350	5,987	4	
Свердловская	69,225	62,167	7,058	7	
Ленинградская	64,220	60,557	3,663	8	
Самарская	63,764	56,723	7,041	12	
Белгородская	62,981	53,995	8,986	15	
Челябинская	62,149	51,997	10,152	19	
Тюменская	62,058	56,904	5,154	11	
Нижегородская	59,534	55,400	4,134	13	
Ростовская	58,336	54,407	3,929	14	
Воронежская	57,162	53,969	3,193	16	
Липецкая	56,105	46,552	9,553	23	
Иркутская	55,535	47,139	8,396	22	
Кемеровская	55,229	39,446	15,783	39	
Вологодская	53,873	44,407	9,466	26	
Новосибирская	53,380	46,426	6,954	24	
Сахалинская	53,111	52,921	0,19	18	
Оренбургская	50,223	43,998	6,225	27	
Калужская	49,130	45,083	4,047	25	
Курская	48,956	40,808	8,148	34	
Мурманская	48,835	47,386	1,449	21	
Тульская	48,807	43,824	4,983	28	
Саратовская	45,769	41,122	4,647	33	
Омская	45,261	42,138	3,123	31	
Волгоградская	45,090	43,633	1,457	29	
Калининградская	44,885	41,812	3,073	32	
Ярославская	44,434	39,469	4,965	38	
Владимирская	42,816	36,230	6,586	45	
Архангельская	40,159	33,944	6,215	50	
Рязанская	39,358	37,312	2,046	42	
Брянская	39,063	35,002	4,061	47	
Астраханская	38,445	32,912	5,533	53	
Амурская	38,221	35,899	2,322	46	
Пензенская	37,632	33,478	4,154	51	
Тверская	37,458	34,476	2,982	48	
Кировская	37,248	30,954	6,294	56	
Томская	36,984	32,991	3,993	52	
Ульяновская	36,818	30,611	6,207	57	
Тамбовская	36,129	31,821	4,308	55	
Смоленская	35,898	29,440	6,458	58	
Новгородская	34,020	24,930	9,09	70	
Ивановская	33,061	27,019	6,042	65	
Орловская	32,383	27,929	4,454	62	
Костромская	30,757	25,093	5,664	69	
Магаданская	28,714	27,725	0,989	64	
Курганская	27,235	23,553	3,682	74	
Псковская	27,156	23,547	3,609	75	
ιιοπομοπαλ	۷۱,۱۵۵	20,041	0,000	10	

Nº 1 (17) 2023

и неповторима. Разнообразие факторов, влияющих на деятельность региональных субъектов РФ формирует их уникальность и должно учитываться при разработке стратегии развития. Разработка планов развития региона в современных быстро

изменяющихся условиях должна включать в себя возможность гибкого оперативного реагирования и представляет собой непрерывный процесс, связанный со сбором информации по ключевым показателям и их анализом.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник для студентов / О.С. Виханский. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Гардарики, 2002. 292 с.
- Громов Е.И. Стратегическое планирование устойчивого развития сельских территорий: диссертация доктора экономических наук / Е.И. Громов. Ставрополь, 2018. 371 с.
- 3. Еремин В.В. О применении проектного подхода для совершенствования стратегического планирования в Российской Федерации в 2022—2023 годах / В.В. Еремин, Н.В. Кузнецов, Т.К. Чернышева // Экономика. Налоги. Право. 2022. № 15 (1). С. 105—114.
- 4. Методические рекомендации по разработке и корректировке стратегии социальноэкономического развития субъекта Российской Федерации и плана мероприятий по ее реализации URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/3b00b259b4cccebf3 6dd63177813aa7a/Prikaz132.pdf (дата обращения: 13.12.2022).
- 5. Методические указания по разработке национальных проектов (программ). URL: http://government.ru/info/38514/ (дата обращения: 12.12.2022).
- 6. Мирошников С.Н. Государственное управление социально-экономическим развитием субъектов Российской Федерации на основе системы стратегического планирования: диссертация доктора экономических наук / С.Н. Мирошников. Москва, 2020. 399 с.
- 7. Морозова Н.В. Формирование системы целевых показателей при разработке стратегических документов на региональном уровне / Н.В. Морозова // Вестник Российского университета кооперации. 2014. № 4 (18). С. 31–35.
- Ответы на часто задаваемые вопросы субъектов РФ по реализации положений Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Министерство экономического развития Российской Федерации, 2015. 14 с.
- 9. Печкина Е.В. Методы и инструменты стратегического планирования регионального развития / Е.В. Печкина // Вопросы экономики и управления. 2016. № 4 (6). С. 78—80.
- 10. Постановление от 26.05.2021 г. № 786 «О системе управления государственными программами Российской Федерации». URL: http://static.government.ru/media/file s/8zAR0i13w9nr3DBTrdfFldpjuGxe3RI5.pdf (дата обращения: 13.12.2022).
- 11. Рейтинг социально-экономического положения регионов по итогам 2021 г. URL: https://riarating.ru/infografika/20220516/630222174.html (дата обращения:12.12.2022).
- 12. Трубин Н.С. Система документов, как решение проблемы мониторинга государственного стратегического планирования социально-экономического развития общества / Н.С. Трубин // Современные научные исследования и инновации. 2022. № 1 (129).
- 13. Указ Президента РФ от 8.11.2021 г. № 633 «Об утверждении основ государственной политики в сфере стратегического планирования в Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/47244 (дата обращения:12.12.2022).
- 14. Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» № 172 от 28.06.2014 г. URL: http://government.ru/docs/all/101250/ (дата обращения:12.12.2022).
- 15. Форма предоставлений сведений участниками разработки стратегии социальноэкономического развития российской Федерации. URL: https://minjust.consultant. ru/documents/18802?items=1&page=2 (дата обращения: 13.12.2022).