Журнал «Рекреация и туризм» № 3 (19) 2023

Главный редактор

Романова Галина Максимовна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента Московского государственного института международных отношений (МГИМО) — руководитель Стратегического проекта «Международный «шерпа» Российского туризма» (Приоритет 2030), член Межведомственного совета по присвоению премии Правительства Российской Федерации в области 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, профессор кафедры менеджмента Московского государственного института международных отношений (МГИМО) — руководитель Стратегического проекта «Международный «шерпа» Российского туризма» (Приоритет 2030), член Межведомственного совета по присвоению премии Правительства Российской Федерации в области туризма, председатель Сочинского отделения Общероссийской общественной организации «Российское профессорское собрание» (г. Сочи, г. Москва) — главный редактор

Гриненко Светлана Викторовна — доктор экономических наук, профессор, профессор Международного банковского института им. А. Собчака (г. Санкт-Петербург) — заместитель главного редактора Гварлиани Татьяна Евгеньевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и финансов Сочинского государственного университета (г. Сочи)

Ердакова Виктория Павловна — доктор технических наук, доцент, профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса Сочинского государственного университета (г. Сочи)

Брюханова Галина Дмитриевна — доктор медицинских наук, профессор кафедры управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета (г. Сочи)

Макаров Константин Николаевич — доктор технических наук, профессор, профессор кафедры строительства и сервиса Сочинского государственного университета (г. Сочи)

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

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, 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 НИЦ Сочинского государственного университета (г. Сочи)

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

О 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). **clibrary.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»: Тел. +7 (918)400-40-61;

E-mail: profjournal2022@gmail.com

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

E-mail: Sveta.grinenko@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

РАЗВИТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА				
Дорофеев Александр Александрович				
О медицинском туризме на австралийском континенте3				
Карпова Галина Алексеевна, Хмельницкий Никита Викторович				
Методические подходы к формированию системы экономической безопасности туристской дестинации				
Колесов Владимир Иванович, Сабодаш Ольга Александровна				
Виртуальный туризм как средство патриотического воспитания старших дошкольников в Ленинградской области21				
Морозов Михаил Анатольевич, Морозов Михаил Михайлович				
Мобильные приложения в сфере путешествий и гостеприимства				
как инструмент повышения конкурентоспособности туристской				
индустрии				
Ханина Анна Владимировна, Якименко Марианна Владимировна				
Научно-популярный туризм, как вектор развития студенческого				
туризма в регионах России (на примере Южного федерального				
университета)				
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СМЕЖНЫХ С ТУРИЗМОМ И РЕКРЕАЦИЕЙ СФЕР ДЕЯТЕЛЬНОСТИ				
Васина Елена Вячеславовна, Куликов Алексей Витальевич				
Значение консалтинговых услуг для формирования и развития				
инновационной экономики				
Волошинова Марина Владимировна,				
Кондрашов Николай Александрович				
Особенности организационно-экономического механизма				
предоставления консалтинговых услуг в условиях				
неопределенности				

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-3-14

О медицинском туризме на австралийском континенте

About medical tourism on the australian continent

Дорофеев Александр Александрович,

кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и природопользования ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь **E-mail:** adgeograf@mail.ru

Alexander Dorofeev.

Candidate of Geography, Associate Professor of the Department of Tourism and Nature Management, Tver State University, Tver

Аннотация: Приведены дефиниции некоторых понятий, используемых в медицинском туризме австралийскими специалистами. Проиллюстрирована и описана структура австралийского лечебного туризма. Оценены природные лечебные ресурсы Австралии. Указана доля лечебного туризма в общем потоке внутренних и международных туристов Австралийского Союза. Констатирована невысокая популярность этого вида туризма на австралийском континенте и названы причины малой значимости лечебно-оздоровительных путешествий. В работе использованы оригинальные публикации и статистические материалы австралийских источников.

Ключевые слова: Австралия, лечебный туризм, структура медицинского туризма, бальнеологический курорт, природные рекреационные ресурсы

JEL codes: I11, L83, N77, Q26, Z32

Abstract: The definitions of some concepts used in medical tourism by Australian specialists are given. The structure of Australian medical tourism is illustrated and described. The natural healing resources of Australia are evaluated. The share of medical tourism in the total flow of domestic and international tourists of the Commonwealth of Australia is indicated. The low popularity of this type of tourism on the Australian continent is stated and the reasons for the low importance of medical and recreational travel are named. The paper uses original publications and statistical materials from Australian sources.

Keywords: Australia, medical tourism, structure of medical tourism, balneological resort, natural recreational resources

1. ВВЕДЕНИЕ

Лечебный (медицинский) туризм входит в число наиболее популярных вариантов путешествий в некоторых регионах планеты. Согласно опубликованным данным, в мире около 6% туристов посещают курорты и лечебно-оздоровительные местности с лечебными целями, либо отправляются в другую страну, чтобы сделать высоко технологичную операцию или пройти курс специализированного

лечения. Учитывая высокую стоимость подобных услуг, расходы на лечебные путешествия составляют до 17% от общего уровня затрат в туристской отрасли [1]. Это высокие показатели, отражающие значение данного сектора туристского рынка.

В государствах и регионах мира лечебный туризм в силу многих причин имеет разный уровень развития и свою собственную специфику. Страны различаются по величине потоков потребителей

медицинских и оздоровительных услуг. Формы организации санаторно-курортного лечения и оздоровления различны. В том числе, это находит свое отражение в понимании сущности, содержания и структуры данного вида туризма, проявляется в названии вида (лечебный, медицинский, оздоровительный, лечебно-оздоровительный) и его разновидностей. В данной публикации нас интересовало состояние и практика лечебного туризма, терминология и теоретические представления о нем, в одной из ведущих туристских держав мира — в Австралийском Союзе. Цель исследования и его практическая значимость обусловлены желанием хотя бы частично показать отечественным специалистам состояние и проблемы лечебного туризма в Австралии на конкретном материале далекого континента. При этом мы стремились сопоставлять австралийские реалии с той ситуацией, которая сложилась в этом сегменте туристского рынка в Российской Федерации. Материал излагается с позиций географа, специализирующегося на проблемах туризма.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Информационный поиск — распространенный метод, предполагающий поиск и первичный анализ неструктурированной документальной информации, несистематизированных данных, удовлетворяющих потребностям проводимого исследования. Материалы и данные мы искали в разных источниках. Далее информация подвергалась систематизации и анализу, объединялась в таблицы и комментировалась в тексте.

Сравнительно-описательный метод — традиционный географический прием, заключающийся в комплексном описании различных природных и социально-экономических явлений, отдельных регионов и целых стран, в том числе, с их сопоставлением (сравнением).

3. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В отечественной научной литературе практически не обсуждаются исследования, посвященные указанной проблематике в отношении Австралии. Известно несколько публикаций, написанных

в форме тезисов (материалов) конференций [2, 3, 4]. В них фрагментарно, без глубокого анализа и количественных показателей описываются отдельные аспекты лечебно-оздоровительного туризма. В некоторых других работах курорты или лечебный туризм Австралии упоминаются косвенно, вкупе с группой других стран и регионов. Например, в содержательной статье Ефременко Н.В., Глухов А.Н. «Лечебно-оздоровительный туризм в России и за рубежом с позиций курортной науки» Австралии посвящен один абзац. В нем справедливо констатируется, что курорты этой страны ориентируются на местных жителей [5]. В статье Никберга И.И. анализируются экологические проблемы Австралии, которые могут оказать негативное воздействие на здоровье путешествующих граждан [6].

На некоторых сайтах интернета, в том числе русскоязычных, имеется информация о курортах австралийского континента. Как правило, это красочные, хорошо иллюстрированные, описания рекламного характера. Есть разрозненные субъективные сведения в Википедии. В них отсутствуют данные, составляющие научное содержание: количество посетителей, количество и емкость средств размещения, не дается характеристика специальной лечебной инфраструктуры и профиля лечения. Из имеющихся описаний невозможно получить представление о свойствах природных лечебных ресурсов: минеральных вод, лечебных грязей, климата. Наконец, в информационном поле явно преобладают приморские дестинации: Золотой Берег, курорты Морского парка Большого барьерного рифа, Солнечный Берег и др. Бальнеологические, а тем более грязелечебные, местности, расположенные внутри континента, освящены гораздо хуже.

В связи с этим, основным источником информации для изучения заявленной проблемы послужила коллективная монография австралийских авторов «Health Tourism in Australia: Supply, demand, and opportunities» («Лечебно-оздоровительный туризм в Австралии: предложение, спрос и возможности»), данные с официальных сайтов правительства Австралии, некоторые публикации австралийских

ученых и личные впечатления автора [7, 8-12].

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ЛИСКУССИЯ

Обратимся к вопросу о терминологическом аппарате, используемом специалистами в области медицинского (лечебного) туризма. В нашей стране широкий обзор существующих подходов к определению категории «медицинский туризм» и смежных с ним понятий представлен в обстоятельной публикации сочинских специалистов: Савельевой Н.А., Колесникова Р.В., Шмелевой Т.В «Медицинский туризм: вопросы терминологии» [13]. Авторы привели и прокомментировали несколько десятков дефиниций понятий, которые применяют в сфере путешествий с лечебно-оздоровительными целями отечественные и зарубежные специалисты. В публикации Ермакова Б.А., Каташевой Т.Б. также охарактеризован ряд определений медицинского туризма и приведены некоторые данные о значимости этого вида путешествий в регионах мира [1].

Вероятно, следует согласиться, что «в последние годы именно «медицинский туризм» становится основной категорией (концептом) в сфере профессионального общения» и в вербальной лексике широкой общественности. Тогда как ранее (до начала XXI в.) чаще использовался термин «лечебный туризм», либо, чуть реже, «лечебно-оздоровительный туризм» [13]. Это выражается и объясняется следующими причинами.

Во-первых: распространенная практика искать наилучшие варианты лечения и, соответственно, отправляться для проведения сложных операций и последующей реабилитации в известные клиники других государств или других городов своей страны. Это явление, характерное, прежде всего, для развитых стран и высоко обеспеченных граждан, отодвинуло на второй план традиционное лечение на курортах с помощью природных лечебных факторов. Подобная тенденция, распространяющаяся с 1970-х гг. получила название «медицинский клинический туризм». По аналогии поездки на классические курорты для лечения заболеваний, не требующих операционного вмешательства,

с помощью минеральных вод, лечебных грязей, особенностей климата все чаще называют «медицинским курортным туризмом». В совокупности два направления и составляют «медицинский туризм»

Во-вторых: прочному вхождению в понятийный аппарат туризма лексемы «медицинский туризм» способствовала зарубежная практика развития и контакта индустрий медицины и туризма. По свидетельству авторов вышеназванной статьи Н.А. Савельевой и др.: «За рубежом традиционно рассматривают два вида туризма, связанные с целями лечения и оздоровления — лечебный (медицинский) туризм (medical tourism), оздоровительный (велнесс) туризм (wellness tourism). Эти два вида туризма зачастую объединяются более общей категорией «health tourism» (лечебно-оздоровительный туризм)» [13].

Оба описанных аспекта характерны как для российского, так и для австралийского туризма. Однако в этих странах тенденция пока не является абсолютной доминантой, а имеет некоторые своеобразные черты, обусловленные специфическими факторами этих государств.

Анализ австралийских источников показал, что лечебный туризм в этой стране относят к числу специальных видов туризма («special interest tourism»). Наиболее точным переводом термина «**Health Tourism**», который используется для обобщающего названия путешествий с лечебными и оздоровительными целями, могло бы стать словосочетание «туризм для здоровья». В данной публикации мы используем широко распространенный традиционный русскоязычный термин «Лечебный туризм», как аналог применяемого в Австралии англоязычного словосочетания «**Health Tourism**». Структура лечебного туризма и содержание отдельных его направлений отражена на рисунках 1 и 2.

Согласно «Health Tourism in Australia: Supply, demand, and opportunities» лечебный туризм в Австралии имеет два четко выраженных направления: медицинский туризм («medical tourism») и оздоровительный туризм («wellness tourism») (Рис. 1). Ниже приведены дефиниции названных подвидов лечебного туризма,

переведенные нами с английского языка указанного источника.

«Медицинский туризм определяется как сумма всех отношений и явлений, возникающих в результате путешествия людей, основным мотивом которых является лечение или улучшение состояния здоровья путем использования медицинских услуг вдали от их постоянного места жительства, обычно сочетая это путешествие с отпуском или другими традиционными туристскими активностями» [10].

«Оздоровительный туризм — путешествия, которые сосредоточены на поддержании или улучшении чьего-либо здоровья. Существуют различные типы оздоровления: физические или духовные, способствующие поддержанию и укреплению здоровья» [10].

Как видно на рис. 2 австралийские специалисты считают, что в процессе «медицинского туризма» туристы (клиенты) путешествуют с целью лечения диагностируемых заболеваний. На курорте или в специальных медицинских центрах (клиниках), вне места своего постоянного проживания, туристы, в качестве специализированной услуги, получают процедуры, назначенные врачом в соответствии с заболеванием. Кроме того, любой клиент может получить дополнительные процедуры по своему личному выбору.

Следует отметить две особенности, характерные для австралийского медицинского туризма.

Во-первых, к числу медицинских туристских услуг относят не только традиционные курортные процедуры (питьевое и бальнеологическое лечение, грязелечение, аэротерапия и др.), но и любые другие методики лечения (оперативное вмешательство, протезирование, лазеротерапия и др.), в том случае, если их оказывают в медицинских центрах, удаленных от основного места проживания туриста. Второй подход в Австралии явно преобладает. Впрочем, эта идея реализуется уже несколько десятилетий и в других развитых странах (Германия, Израиль, Швейцария и др.).

Во-вторых, как показал анализ источников, по-видимому, австралийские организаторы туризма не рассматривают

пребывание на многочисленных приморских дестинациях с прекрасными ресурсами для талассотерапии, или немногих имеющихся горных курортах, обладающих чистым воздухом и высокой инсоляцией, как лечение и даже оздоровление. Из-за этого путешествия на приморские или горные курорты не учитываются статистикой в качестве лечебных туров.

Оздоровительные путешествия совершаются с целью поддержания и улучшения своего здоровья. В такие поездки отправляются даже здоровые люди, не имеющие каких-либо серьезных заболеваний. В связи с оздоровительным туризмом («Wellness tourism») отметим следующие особенности, характерные для Австралии.

Во-первых, приоритет в оздоровительных процедурах отдается новым модным веяниям, направленным на поддержание красоты и оптимального состояния тела, кожи, волос, ногтей и т.п. В рамках «велнесс-туризма» в местах пребывания туристам оказывают услуги: купания в горячих минеральных источниках, пузырьковые и гидромассажные ванны, бани, обертывания с водорослями и целебной грязью, цветотерапию, ароматерапию, косметические процедуры с использованием натуральной косметики, парафинотерапию, маски для лица, обертывание и т.д. Все это объединяется аббревиатурой СПА («Sanus per Aquam» — «Здоровье через воду»). Это одна из самых значимых тенденций последних десятилетий. Австралийские специалисты указывают на проблему с учетом таких путешественников: один турист, находясь на отдыхе, может несколько раз принимать СПА-процедуры. При этом в статистике велнесс-туризма этот один человек будет учтен несколько раз согласно количеству принятых процедур. Данная коллизия определенно завышает число потребителей оздоровительных услуг.

Во-вторых, традиционные способы оздоровления: терренкур, плавание, закаливание, подвижные игры на воздухе, самодеятельные походы, прогулки — сохраняются, но имеют подчиненный, второстепенный характер. Перечисленные рекреационные занятия считаются естественными. Они воспроизводятся самим туристом в бесплатной форме и потому

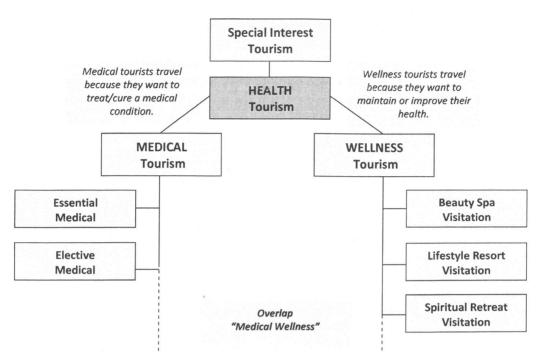


Рисунок 1. Структура лечебного туризма Австралии (оригинал) [14]



Рисунок 2. Структура лечебного туризма Австралии (авторский перевод)

не учитываются в статистике велнесстуризма.

В-третьих, большое значение для поддержания и укрепления здоровья имеют «духовные практики», интеллектуальные занятия, психологическая помощь и т.п. Поездки с целью приобретения нового духовного опыта считаются разновидностями оздоровительного туризма и, соответственно, включены в статистку лечебного туризма. Подобные начинания обычно носят индивидуальный, глубоко личностный характер, а потому не привязаны жестко к каким-либо материальным объектам (средствам размещения, клиникам) и не могут иметь точной статистики. Для такого духовного оздоровления создаются специальные средства размещения — ретриты.

Рассмотрим некоторые показатели, отражающие уровень развития лечебного туризма в Австралии. Во всемирном туристском рейтинге 2021 года, несмотря на огромную удаленность и небольшую численность населения, Австралийский Союз занял высокое седьмое место среди стран мира. В доковидные годы «Зеленый континент» ежегодно посещали около 9 млн. иностранных туристов. К настоящему времени преодолены последствия мировой пандемии — за период с апреля 2022 года по март 2023 года Австралийский Союз посетили 11 млн. 992 тысячи 615 человек. Внутренний поток между штатами и территориями максимально достиг 124,7 млн. прибытий в 2019 году. Сейчас внутренние потоки туристов практически восстановились, составив 104,9 млн. человек (за период 1 сентября 2021 г. — 1 сентября 2022 г.) [14, 8].

Однако медицинский туризм в Австралии не получил широкого развития. На долю Австралии приходится 0,01 процента мирового медицинского туризма, и основной причиной этого является большая удаленность от регионов формирования туристского спроса и нехватка местных объектов для лечения. Всего от 65 000 до 85 000 иностранных пациентов прибывали в Австралию для лечения в годы, предшествовавшие Ковиду-19 [9]. В некоторых источниках эта доля понижается до 0,001%, а количество иностранцев, въезжающих в страну

для лечения в клиниках, оценивается в 15500 человек в год [10]. В любом из двух вариантов количественные показатели въездного медицинского туризма не велики.

На международном рынке лечебные туры в Австралию не котируются, имея долю всего 0,9 % от суммарного въездного потока в эту страну. Индустрия медицинского туризма на этом континенте организована не так хорошо, как в азиатских странах, таких как Малайзия, Таиланд, Индия. Учитывая высокие цены на качественные медицинские услуги, общий доход индустрии медицинского туризма Австралии превосходит 2 миллиардов долларов США [10]. В тоже время, австралийские специалисты утверждают, что цены на медицинские услуги выше европейских, значительно выше азиатских, но все-таки в 1,5 — 2 раза ниже североамериканских. Среди наиболее востребованных медицинских услуг австралийских клиник называют:

- косметическую или пластическую хирургию,
- корректирующую пластическую хирургия после осложнений, возникающих в результате процедур, проведенных в других странах;
- лечение бесплодия, в котором Австралия имеет всемирно известную репутацию;
- бариатрическую хирургию или операции по снижению веса;
- дерматологию, включая обследование и лечение рака кожи;
- кардиохирургию, стентирование коронарных артерий

Национальное обследование посетителей (NVS), проведенное в 2009 году, показало, что число внутренних туристов, путешествующих в медицинских целях, также не велико. В период 2006—2008 гг. ежегодно совершалось в среднем 1,04 миллиона поездок внутри страны с медицинской целью. Большинство этих путешествий были связаны с поездкой в больницу или медицинский центр в другой регион, чтобы получить услуги, которые недоступны в месте постоянного пребывания [12]. Ситуация за истекшие пятнадцать лет почти не изменилась. Лечебный туризм в структуре внутрен-

него туризма по-прежнему занимает около 1%. Это в несколько раз ниже среднемирового уровня. При этом в используемых нами источниках почти не упоминаются лечебные курорты и, соответственно, медицинский курортный туризм. Число внутренних туристов, путешествующих с целью получения оздоровительных услуг (велнесс-туризм), оценивается в 4,0–4,3 млн. человек в год. Однако практически все специалисты отмечают большую условность этой величины.

С какими причинами связаны относительно невысокие показатели развития лечебного туризма в Австралийском Союзе по сравнению, например, с экологическим туризмом?

Первым фактором, от которого зависит развитие лечебного туризма, является наличие природных рекреационных лечебных ресурсов. В России и во многих других странах в качестве основных лечебных ресурсов, созданных самой природой, рассматривают три группы веществ и условий: лечебные грязи, некоторые особенности климата, минеральные и термальные воды. Обратимся к вопросу о природных лечебных ресурсах, которые имеются на территории австралийского континента.

В силу своих природных особенностей Австралия бедна лечебными грязями. Из пяти известных типов лечебных грязей: торфяные, сапропелевые, сопочные, гидротермальные и илово-сульфидные — на континенте более или менее актуальны только последние. Причины такой ситуации имеют естественный характер.

Торфяные грязи образуются в болотах при определенном сочетании флористического состава и гидроминерального (грунтового) питания. Заболоченность и заторфованность Австралии очень небольшая. Всего на 0,04% площади материка имеются торфяники мощностью от 0,5 до 3 метров. Это крайне незначительная величина [15].

Болота в Австралии распространены в основном по тихоокеанскому побережью и в горах на юго-востоке. В тропической зоне они представлены маршами, мангровыми и дельтовыми болотами, периодически заливаемыми водой. В приокеанской

полосе встречаются крупные эвкалиптовые торфяники пресного режима. Такие болота тянутся вдоль рек на десятки километров в Новом Южном Уэльсе. В приокеанских районах штата Виктория, на склонах, обращенных к океану, развиты пресноводные травяные болота, имеющие вытянутую форму. На юго-востоке страны встречаются горные, в основном верховые торфяники или торфяники гипновые с небольшими сфагновыми подушками. Торф всех перечисленных болот не используется в лечебных целях

Сапропелевые лечебные грязи — это иловые отложение, которые формируются в некоторых пресных озерах. В Австралии озерность невелика. При этом подавляющее большинство озер — бессточные, соленые, наполненные водой только в период интенсивных осадков. Пресных озер немного. В основном они встречаются в горах и на острове Тасмания. Факты использования ила немногочисленных пресных озер Австралии для лечебных целей — отсутствуют.

Сопочные лечебные грязи — продукт проявления современного грязевого вулканизма. На территории самого австралийского материка не известны проявления современного вулканизма, в том числе грязевого. Имеется около 180 потухших вулканов и некоторые формы рельефа и типы поверхностных отложений, генезис которых специалисты связывают с грязевым вулканизмом. Однако современных выходов сопочных грязей, по-видимому, в самой Австралии нет. В тоже время на островах, расположенных сравнительно недалеко от континента, встречаются мощные, активные грязевые вулканы. Например, грязевой вулкан в Сидоарджо (Люси) на острове Ява в Индонезии.

Гидротермальные лечебные грязи связаны с вулканическими явлениями. Это полужидкие глинистые образования, возникающие в областях активной вулканической деятельности в результате выщелачивания и размыва вулканических пород высокотемпературными газопаровыми струями, содержащими углекислый газ и сероводород. Вследствие отсутствия действующих вулканов гидротермальных грязей в Австралии нет.

Впрочем, в восточной половине Австралии в регионе расположения подземных вод Большого Артезианского бассейна могут складываться обстоятельства, способствующие формированию гидротермальных грязей. В том случае, если минерализованная термальная (до 90°C) вода, изливаясь на поверхность (естественным или искусственным способом) смешивается с породами, залегающими на дневной поверхности, и образует полужидкую массу грязи. Возможно, при некотором сочетании минерального состава воды и физико-химических свойств горных пород эта грязь может обладать целебными свойствами. Автору пока не известны подобные случаи.

Остаются илово-сульфидные пелоиды (целебные грязи), которые имеют место быть на австралийском континенте. Эти грязи главным образом формируются на дне двух видов природных объектов: соленых озер и морских лиманов. Казалось бы, в Австралии, где много соленых озер и очень длинная морская береговая линия, хорошие условия для генезиса илово-сульфидных грязей. Однако это не так. Строение берегов, неотектонические процессы и отсутствие водотоков, постоянно вливающихся в море, не благоприятствует формированию лиманов, таких как, например, Ахтанизовский, Кизилташский, Бугазский и др. Соответственно, редки и лиманные пелоиды. Исключением, например, является Гиппсленд — водная сеть, состоящая из озер, лагун, лиманов и болот, расположенная в штате Виктория. Она тянется вдоль побережья океана на 70 км.

Особенность соленых озер Австралии в том, что практически все озера пересыхают на несколько месяцев (а то и на несколько лет) в году. Большую часть года их поверхность покрыта коркой солей. В таких условиях почти все водоросли и живность погибают. Эти обстоятельства затрудняют формирование отложений на дне озера. Таким образом, илово-сульфидные грязи озерного генезиса также не имеют широкого распространения.

Во многих соленых озерах имеются большие запасы рапы или солей, из которых можно приготовить насыщенный раствор. Эти природные вещества можно

с успехом использовать для бальнеолечения и СПА-процедур.

Лискуссируя о лечебных свойствах климата далекого материка, следует рассмотреть следующие аспекты. В практике российской курортологии важным климатическим лечебно-оздоровительным фактором считается чистый морской воздух, насыщенный ионами солей. Совместно с талассотерапией аэротерапия является одним из главных методов оздоровления на приморских курортах. Имея множество пляжей на разных участках побережья, Австралия богата названным лечебным рекреационным ресурсом. Как указывалось выше, пребывание в приморских дестинациях не рассматривается как лечебный или оздоровительный туризм. В статистике это пляжно-купальный отдых — один из самых популярных вариантов туризма или рекреационных занятий.

В Австралии есть несколько курортов, расположенных в горах на юго-востоке страны (Mount Buller, Thredbo, Falls Creek и др.). Самые популярные из них принимают до 300 тыс. человек в год. В первую очередь это турцентры альпийского типа — горнолыжные курорты [16]. Чистый воздух, высокая солнечная инсоляция, характерная для любых горных территорий, могли бы использоваться в качестве лечебно-оздоровительного ресурса. Однако австралийские туроператоры не делают акцента на этом полезном качестве отдыха в горах, считая это естественным условием пребывания в горах.

В России, значительная часть которой расположена в зонах тайги и смешанных лесов, в качестве лечебного свойства климата рассматривается «чистый воздух, насыщенный фитонцидами хвойных деревьев», прежде всего сосны. Как обстоит дело в Австралии с этим ресурсом? В настоящее время по разным источникам леса занимают от 16% до 21 % земельной площади Австралии. Причём из всего массива лесов лишь около 4 % представлено хвойными сообществами с уникальными представителями австралийской флоры: агатис (каури), каллитрис, филлокладус, араукария. То есть площадь, занятая хвойными ассоциациями — ничтожна. Небольшие массивы хвойных лесов

встречаются в Новом Южном Уэльсе, Квинсленде и Тасмании. Таким образом, данный вид лечебного ресурса крайне ограничен.

На большей части континента, в условиях континентального топического климата, господствует исключительно сухой жаркий воздух. Такое свойство атмосферы могло бы использоваться в качестве уникального рекреационного ресурса для лечения некоторых заболевай почек, как, например, на курорте Байрам-Али в Туркмении.

По традиции в большинстве стран мира наиболее распространенным лечебным рекреационным ресурсом являются минеральные и термальные воды. Австралия считается самым сухим континентом на планете. В определенной степени это относится и к подземным водам.

На территории Австралии расположено около 30 артезианских бассейнов общей площадью около 4800 тыс. км². Наиболее крупный и самый известный из них — Большой Артезианский Бассейн. Глубина залегания подземного водоносного горизонта от 60 до 750 м. Минерализация в зависимости от места колеблется от 1 до 14 г/л. Температура воды — от $+30^{\circ}$ С до $+100^{\circ}$ С. В стране пробурено более 23 тысяч скважин. В нескольких тысячах скважин вода самоизливается. Как правило, артезианская вода используется для технических нужд и в животноводстве. Для полива сельскохозяйственных культур чаще всего она не пригодна. В некоторых местах под давлением водоупорных горизонтов избыток воды выходит на поверхность и образует гидротермальные минеральные источники. Такие места известны со времен аборигенов, а в настоящее время нередко здесь организованы купальни, ванны, предназначенные для расслабляющей рекреации и СПА-процедур.

Примером является «курорт» Далхаузи-Спрингс. Он представляет собой группу из 60 природных артезианских источников, расположенных в центре материка на западной окраине пустыни Симпсон, в штате Южная Австралия в 250 км к юго-востоку от города Алис-Спрингс. Температура воды в источниках +38°C — +43°C, с высокой минерализацией. Вода пригодна для питьевого употребления и для бальнеологических процедур. Лучшее занятие в Далхаузи-Спрингс — купание в многочисленных открытых горячих источниках. Для размещения туристов рядом с источниками имеется кемпинг.

По-другому обстоит дело с минеральными источниками, не связанными с глубинными артезианскими бассейнами. Их на австралийском континенте не много. Большинство из них сосредоточено на юго-востоке страны. Причем, как утверждают местные специалисты, почти 80% всех минеральных вод Австралии находится в пределах небольшой территории Дейлисфорд — Хепбурн-Спрингс в штате Виктория, графство Хепбурн. Это курортный регион в западных предгорьях Большого Водораздельного хребта, примерно в ста километрах к северо-западу от Мельбурна. Площадь графства — 1473 км², население — около 16 тысяч человек.

Это один из главных туристских регионов Австралии, специализирующихся, в том числе, на лечебном туризме: медицинском курортном туризме и велнесс-туризме. Регион образно называют «Страна-СПА», «Курортная страна». Чтобы показать значимость курортного региона назовем несколько немного устаревших, но по-прежнему актуальных, цифр. В 2008 году графство Хепбурн посетили с ночевками 466 000 туристов, каждый из которых проводил в среднем 2,6 ночевок. Кроме того, 1 млн. 319 тыс. человек приезжали сюда без ночевок, в качестве экскурсантов. Среди посетителей графства было 8 600 иностранных гостей.

Непосредственно в регион Дейлисфорд — Хепбурн-Спрингс прибыли 234 000 внутренних туристов, ночевавших в регионе, и 520 000 дневных посетителей. Международное посещение этого места было оценено в 4 600 посетителей [10].

В среднем туристы, прибывшие в Дейлисфорд — Хепбурн-Спрингс с ночевкой, проводили здесь всего около 3 дней. Небольшая продолжительность пребывания говорит о том, что подавляющее большинство посетителей курорта не проходят курс полноценного бальнеологического лечения, который, по мнению

отечественных курортологов, должен длиться не менее 12-24 дней и включать 6-12 приемов минеральных ванн.

Для посетителей, приезжающих с ночевкой создана солидная сеть средств размещения. Характеристика этой сети представлена в таблице 1. Обращаем внимание на два обстоятельства. Во-первых, среднее количество мест в средствах размещения — около 8 мест. То есть, подавляющая часть средств размещения очень небольшие, по российской классификации, относящиеся к «индивидуальным средствам размещения». Во-вторых, среди средств размещения мы не видим ни одного специализированного средства размещения, ориентированного на предоставление услуг по лечению. Например, как в России — санаторий, пансионат с лечением и т.п. Обе эти особенности резко отличают Дейлисфорд и другие австралийские «курорты» от российских бальнеологических курортов.

Воды минеральных источников Дейлсфорда выходят на поверхность при температуре окружающей среды. Они имеют высокое содержание CO² (620—2520 мг/л) и шипят естественным образом. Минеральные воды имеют высокие концентрации HCO³ (до 4110 мг/л) и Na (до 750 мг/л). Концентрации Са и Mg составляют 61—250 и 44—215 мг/л соответственно. Наиболее распространенными микроэлементами являются Si, Sr, Ba и Li. [11]. Общая минерализация составляет

3,0 — 5,3 г/л. В отечественной (Российской) практике такая вода могла бы называться — углекислая гидрокарбонатнонатриевая, лечебно-столовая. В России, например, к данной группе минеральной воды относятся: вода «Майкопская» (в республике Адыгея) или «Нагутская-26» (КМВ, Ставропольский край). Минеральная лечебно-столовая вода «Daylesford-Hepburn Sparklng» является официальным брендом и самой популярной водой для массового употребления в Австралии.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В качестве заключения выделим главные особенности медицинского (лечебно-оздоровительного) туризма и их причины, характерные для австралийского континента.

1. Австралия является одной из ведущих туристских держав мира. Однако медицинский туризм в структуре туризма этой страны пока занимает скромное место, значительно уступая и по потокам, и по финансовым поступлениям, другим видам путешествий. Например, пляжнокупальному, экологическому [14].

Причинами этого называют: огромное расстояние, отделяющее Австралию от других регионов мира, что сильно удорожает стоимость туров; небольшую численность население самой страны, что не позволяет сформировать широкую базу внутренних клиентов; относительно высокую стоимость медицинских услуг,

Таблица 1 Средства размещения в графстве Хепбурн [14]

Типы средств размещения		Кол-во средств размеще-	Кол-во койко- мест в сред- ствах раз- мещения	Процент от обще- го кол-ва средств размеще- ния	Процент от общего кол-ва койко- мест
Holiday Houses	Дома отдыха	283	1629	68%	41%
Camping/Caravan	Кемпинг/ Караван	4	734	1%	19%
Hotels/Motels	Отели/Мотели	17	698	4%	18%
Holiday Apartments	Апартаменты для отдыха	65	540	16%	14%
Guest House	Гостевой дом	50	340	12%	9%
Total	Всего	419	3941	100%	100%

которая снижает конкурентоспособность по отношению к азиатским странам.

2. Медицинский туризм в Австралии в основном представлен в форме «медицинского клинического туризма», а оздоровительный туризм, в большинстве случаев — это «велнесс-туризм» в форме поездок для принятия СПА-процедур и духовных практик. Классических лечебных курортов, как их понимают в Европе или в России, внутри страны, повидимому, нет.

Важной причиной в первом случае являются малые запасы природных лечебных ресурсов, а общей и, очевидно, главной — исторические традиции и особенности формирования сети курортов и лечебно-оздоровительной инфраструктуры в Австралии.

В Европе курорты (Ахен, Баден-Баден, Кралсбад, Спа и др.) формировались, опираясь на мощную ресурсную базу (минеральные источники), изначально становились «обществом на водах» — местом ежегодного рандеву богатой знати и, позднее, разбогатевших буржуа. Поэтому европейские курорты — красивые, ухоженные, богатые города с развитой, емкой инфраструктурой размещения, лечения и развлечения, рассчитанной на долговременное пребывание зажиточных клиентов.

В России, в советский период, курорты — это всесоюзные здравницы, «комбинаты здоровья». Курорты и лечебно-оздоровительные местности также создавались в местах с наличием, пусть даже не самых эффективных, но лечебных ресурсов. Главная задача — поправить здоровье максимальному числу трудящихся, не зависимо от их дохода и статуса. Облик курортов соответствовал — вместительные стандартизированные простые средства размещения, огромные комбинаты питания, мощная лечебная инфраструктура, рассчитанная на массовое лечение, питьевые галереи,

разнообразные, но без изысков развлекательные объекты: клубы, спортплощадки, лодочные станции и, обязательно, тропа терренкура. Люди приезжали на курорт или в лечебно-оздоровительную (раньше употребляли термин — курортную местность) местность на длительный срок — от 12 до 24 дней. Именно за это время можно было принять все необходимые процедуры и реально почувствовать улучшение. Важнейшим достижением советского времени необходимо назвать высочайший уровень развития курортологии — медицинской науки, обеспечивающий эффективное лечение на курортах. На каждом курорте и даже курортной местности функционировала курортная поликлиника, где вели прием доктора, получившие специальную подготовку. Для многих людей пребывание на курортах было бесплатным (социальный туризм), а большая часть — получала путевку с большой скидкой за счет профсоюзов. Во время отдыха на курортах клиентам всегда предлагались интересные экскурсионные программы и различные развлекательные мероприятия. Наконец, традиционно в нашей стране статус курорта населенный пункт и окружающая его территория получала в результате специального вердикта правительства [16].

В Австралии в силу особенностей ее исторического развития ни один из двух вариантов не мог быть реализован. Своеобразная история формирования важнейшей лечяебно-оздоровительной дестинации Дейлисфорд — Хепбурн-Спрингс подробно описана в приложении в книге «Health Tourism in Australia: Supply, demand, and opportunities» («Туризм для здоровья в Австралии: спрос, предложение и возможности») [10]. В силу ограничений объема журнальной статьи вопрос об истории и особенностях австралийских не приморских курортов в данной публикации не рассматривается.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ермаков Б.А. Медицинский туризм: компонент системы здравоохранения или сегмент туристской сферы? / Б.А. Ермаков, Т. Б. Каташина // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2020. № 1 (5). С. 4—12. DOI: 10.18572/2686-858X-2020-5-1-4-12. EDN: VDBWUL.

- Гладкова А.П. Пространственный анализ туристско-рекреационной системы Золотой берег (Австралия) / А.П. Гладкова, О.Е. Ватина, А.А. Бондарчук // Орфановские чтения — 2021: материалы Всероссийской научно-практической конференции (г. Нижний Новгород, 08 декабря 2021 г.): сборник научных статей / редакторы: О.В. Аракчеева, И.Ю. Кривдина. Нижний Новгород, 2022. C. 100-104.
- 3. Константинова Е.С. Оздоровительный туризм и возможности экопрофилактики на курортах Австралии / Е.С. Константинова // Экопрофилактика, оздоровительные и спортивно-тренировочные технологии : материалы Международной научно-практической конференции (г. Балашов, 01-03 октября 2015 г.): сборник научных статей / ответственные редакторы Д.В. Воробьев, Н.В. Тимушкина. Саратов: Саратовский источник, 2015. С. 59-62.
- Соколова А.А. Значение и структура лечебного туризма в Австралии / А.А. Соколова // География, экология, туризм: научный поиск студентов и аспирантов: материалы XI Всероссийской научно-практической конференции (г. Тверь, 07 апреля 2023 г.): сборник научных статей / ответственный редактор Л.П. Богданова. Тверь: Тверской государственный университет, 2023. С. 174–179.
- Ефременко Н.В. Лечебно-оздоровительный туризм в России и за рубежом с позиций курортной науки / Н.В. Ефременко, А.Н. Глухов // Курортная медицина. 2012. № 3. C. 51-56.
- Никберг И.И. О некоторых медико-экологических проблемах Австралии / И.И. Никберг // Гигиена и санитария. 2017. Т. 96. № 3. С. 243—247.
- 7. Prem Jagvasi. Guide to Medical Tourism in Australia — Facts, Trends, News, Services, Research, Business and Updates by Dr Prem / Jagyasi Prem and Team // Dr Prem. 2022. 27 June.
- Overseas Arrivals and Departures, Australia // Australian Bureau of Statistics. URL: https://www.abs.gov.au/statistics/industry/tourism-and-transport/overseas-arrivalsand-departures-australia/mar-2023.
- Medical Tourism Guide, Consultancy & Magazine by Dr Prem Jagyasi and Team. URL: https://drprem.com/medical-tourism/booming-medical-tourism/-industry-australia.
- 10. Health Tourism in Australia: Supply, demand, and opportunities // C. Voigt, J. Laing, M. Wray [et. al]; editor-in-chief D. Simmons. Cold Cost, Queensland, 2010. 243 p.
- 11. Weaver, T.R. Controls on chemistry during fracture-hosted flow of cold CO²-bearing mineral waters, Daylesford, Victoria, Australia: Implications for resource protection / T.R. Weaver, Ian Cartwright, S.O. Tweed, D. Ahearne // Applied Geochemistry, 2006. Vol. 21. Iss. 2. P. 289-304.
- 12. Medical tourism in Australia. A scoping study. Department of Resources, Energy and Tourism. Deloitte, 2011. 87 p. URL: https://www.austrade.gov.au/Article Documents/5499/MedicalTourismreport Final.pdf.aspx.
- 13. Савельева Н.А. Медицинский туризм: вопросы терминологии / Н.А. Савельева, Р.В. Колесников, Т.В. Шмелева // Вестник евразийской науки. 2020. Т. 12. № 2. C. 66.
- 14. Дорофеев А.А. Туристские потоки в Австралии и их колебания в ковидные времена / А.А. Дорофеев, М.В. Кутузов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2022. № 3 (39). С. 60–73. DOI: 10.26456/2226-7719-2022-3-60-73. EDN: JNPXRM.
- 15. Географическое распределение торфяных залежей в Австралии и Океании // РГАУ-МСХА. Зооинженерный факультет. URL: https://www.activestudv.info/ geograficheskoe-raspredelenie-torfyanyx-mestorozhdenij-v-avstralii-i-okeanii/.
- 16. Дорофеев А.А. География туристских центров и регионов России: учебное пособие / А.А. Дорофеев. Тверь: Тверской государственный университет, 2009. 175 c. EDN: ULTWSJ.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-15-20

Методические подходы к формированию системы экономической безопасности туристской дестинации

Methodological approaches to the formation of the system of economic security of a tourist destination

Карпова Галина Алексеевна,

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

г. Санкт-Петербург, Россия **E-mail:** karpovaga@rambler.ru

Хмельницкий Никита Викторович,

аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия **E-mail:** nikitahmelnitsky@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

Nikita Khmelnitsky,

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

Аннотация. В статье рассмотрен процесс формирования комплексной системы экономической безопасности и ее отдельных уровней в сфере туризма. Актуальность темы обусловлена тем, что важным методологическим аспектом в современной отечественной и зарубежной теории исследуемой проблематики следует признать оценку роли экономической безопасности применительно не только к административно-территориальному и региональному делению внутри экономической системы, но и исходя из особенностей отдельных сегментов и секторов национального производства, в том числе туризма и рекреации. В статье предложены методические подходы к разработке и обоснованию системы экономической безопасности, соответствующей уровню управления туристской дестинацией и направленной на снижение потенциальных рисков для развития субъектов туристского рынка. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: выявить и обосновать условия и предпосылки для формирования системы экономической безопасности в сфере туризма применительно к уровню туристской дестинации; охарактеризовать элементы и внутреннюю структуру системы экономической безопасности в туризме на уровне туристской дестинации.

Ключевые слова: обеспечение экономической безопасности в туризме, туристская дестинация, туристский рынок, оценка современных угроз и вызовов в сфере туризма, кризисные явления, управление рисками в индустрии туризма.

JEL codes: L83, Z32

Abstract. The article considers the process of formation of an integrated system of economic security and its individual levels in the field of tourism. The relevance of the topic is due to the fact that an important methodological aspect in the modern domestic and foreign theory of the studied issues should

be recognized as an assessment of the role of economic security in relation not only to the administrativeterritorial and regional division within the economic system, but also based on the characteristics of individual segments and sectors of national production, in including tourism and recreation. The article proposes methodological approaches to the development and justification of an economic security system corresponding to the level of management of a tourist destination and aimed at reducing potential risks for the development of tourism market entities. To achieve this goal, the following tasks were set: to identify and justify the conditions and prerequisites for the formation of a system of economic security in the field of tourism in relation to the level of tourist destination; to characterize the elements and internal structure of the system of economic security in tourism at the level of a tourist destination.

Keywords: ensuring economic security in tourism, tourist destination, tourist market, assessment of modern threats and challenges in the field of tourism, crisis phenomena, risk management in the tourism industry.

1. ВВЕДЕНИЕ

Рост значимости индустрии для нашиональной экономики и повышение его роли для национальных ресурсных рынков (рынок труда, строительный рынок, рынок нематериальных активов и т.д.) начинает оказывать активное влияние на процесс обеспечения экономической безопасности всех участников, которые напрямую или косвенно связаны с обслуживанием туристских потоков, созданием специализированных инфраструктурных объектов, предназначенных для ведения туристской деятельности, проведением событийных мероприятий и т.д. Чем выше уровень подобной деловой активности, тем большее значение приобретают вопросы экономической безопасности, соответствующие современной теории данного направления экономической мысли и имеющие тождественное значение для других сегментов и отраслей народного хозяйства в условиях цифровой трансформации. Среди таковых можно отметить:

- определение ключевых угроз и вызовов национальному и региональным туристским рынкам в контексте как технологических трансформаций и цифрового перехода, так и с точки зрения противодействия санкционной политики недружественных стран и адаптации к условиям мирового экономического кризиса,
- поиск современных цифровых технологий и технологических решений для оптимизации систем экономической безопасности как на уровне регионов, так и с точки зрения неукоснительного соблюдения хозяйственных интересов предпринимательского сектора в условиях значительного уровня неопределенности,
- формирование новых методологических и методических подходов по управлению рисками в индустрии туризма в связи

с появлением новых форм неопределенности и повышения уровня нестабильности как мирохозяйственных связей (снижение объемов туристских потоков въездного и международного туризма в связи с пандемией коронавируса, усиление системы туристских формальностей между странами, ухудшение внешнеполитической обстановки и социального напряжения), так и межрегионального туристского взаимодействия (изменение структуры внутреннего туризма в пользу предложений и туров с минимальным уровнем затрат и, соответственно, комфорта для туриста),

• оценка и типология ключевых проблем экономической безопасности в индустрии туризма как на отраслевом уровне, так и на уровне отдельных организаций, в том числе определение предельных значений социально-экономических показателей развития региональных рынков и отдельных предпринимательских структур и т.д.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ключевой функциональной особенностью обеспечения экономической безопасности в индустрии туризма следует признать саму специфику формирования комплексной системы экономической безопасности и ее отдельных уровней, что обусловлено природой самого экономического блага (услуги), создание и кругооборот которого происходит на туристском рынке. В большинстве случаев, рассмотренных в научной литературе по проблематике экономической безопасности ([1, 2, 3] и др.), отдельно принято выделать два основных уровня системы:

• национальный уровень обеспечения экономической безопасности, в том числе обеспечение продовольственной безопасности, национальная безопасность и снижение уровня теневой экономики по отношению к остальным сегментам рынка,

• уровень обеспечения экономической безопасности отдельных предприятий в отрасли, который предполагает принятие определенных организационно-управленческих мер относительно сохранения коммерческой тайны в условиях рыночного взаимодействия и конкурентной борьбы, совершенствование подходов к управлению рисками, в процессе осуществления предпринимательской деятельности и, в конечном счете, формирование баланса использования имеющихся ресурсов для создания условий экономического роста на рынке даже в кризисных ситуациях различного характера.

Нельзя не отметить, что оба вышеописанных уровня обеспечения экономической безопасности в той же степени применимы и к сфере туризма, однако, по нашему мнению, в условиях данного сегмента сферы услуг следует выделить еще один, в определенной степени синергетический уровень более сложной социально-экономической конструкции, промежуточный уровень — уровень обеспечения экономической безопасности туристской дестинации.

Сущность и специфические характеристики туристской дестинации как объекта исследования экономической науки подробно исследованы в трудах отечественных ученых таких как: Хорева Л.В. [4], Воронцова М.Г. [5], Шарафанова Е.Е. [6], Морозов М.М. [6], Песоцкая Е.В. [7], Никифоров И.В. [8], Сигова М.В. [8], Цёхла С.Ю. [5], Лаврова Т.А. [9], Волошинова М.В. [10], Филиппова И.Г. [11] и ряд других. Однако, проведенный анализ научных работ вышеупомянутых авторов показывает, что вопросы как таковой экономической безопасности туристской дестинации не раскрываются достаточным образом и требуют более детальной проработки и проведения дополнительных научных исследований. Среди наиболее актуальных вопросов, связанных с обеспечением экономической безопасности на уровне туристских дестинаций и формированием соответствующей системы, следует отметить:

- определение сущности, ключевых принципов и базовых требований к обеспечению экономической безопасности туристских дестинаций в контексте их значимости для роста национального туристского рынка,
- обоснование перспективных направлений государственного участия в формировании системы экономической

безопасности туристских дестинаций, в том числе проблематика развития государственно-частного партнерства в области экономической безопасности, обеспечение безопасности экономической деятельности в рамках действия туристско-рекреационных кластеров, нормативное регулирование экономической безопасности сетевых объединений в сфере туризма и гостеприимства,

• оценка современных угроз и вызовов, имеющих непосредственное значение для обеспечения экономической безопасности туристских дестинаций в современных кризисных условиях. В данном случае огромное значение следует отвести правильному расчету и количественной характеристике важного индикатора развития любой туристской дестинации — уровню достигнутого туристско-рекреационного потенциала и отдельных его составных частей.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИССКУССИЯ

Важным методологическим аспектом в процессе проектирования системы экономической безопасности в сфере туризма на уровне отдельной туристской дестинации следует признать необходимость выделения отдельных структурных элементов и подсистем, сочетание которых позволит достигнуть необходимого уровня обеспечения экономической безопасности и создать условия для устойчивого развития самой дестинации в условиях цифровой экономики.

По нашему мнению, среди ключевых элементов и подсистем системы экономической безопасности в сфере туризма (на уровне отдельной дестинации) можно отдельно отметить:

- 1. Цель функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации (определяет причину создания данной системы исходя из особенностей конкретного уровня управления, в данном случае туристской дестинации как отдельного субъекта туристского рынка, обладающего специфическими чертами с точки подходов к организации туристской деятельности и координации всех участников туристского рынка в рамках отдельной дестинации),
- 2. Задачи функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации (определяют конкретные укрупненные действия и, которые должны привести к реализации поставленной цели в условный период времени),
- 3. Направления функционирования системы экономической безопасности турист-

ской дестинации (каждая из поставленных задач может быть декомпозирована на более детальные мероприятия и действия по различным сферам взаимодействия участников туристского рынка в рамках отдельной дестинации. Совокупность воздействия всех направлений должно привести к реализации заявленных задач и генеральной цели),

- 4. Ключевые участники функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации (включает в себя основных субъектов туристского рынка, функционирующих или связанных с туристской дестинацией, в том числе органы государственной власти и объекты туристской инфраструктуры (в рамках определенных организационно-правовых форм собственности), а также потенциальных потребителей, образующих туристский поток различного объема и структуры. При этом каждый из участников выполняет определенные функции с точки зрения обеспечения экономической безопасности туристской дестинации в рамках своих полномочий и ресурсного обеспечения),
- 5. Ресурсное обеспечение участников функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации (включает в себя необходимый уровень обеспечения определенными ресурсами различного характера, с помощью которых возможно достигнуть минимальных и выше значений показателей экономической безопасности на уровне отдельного экономического субъекта участника туристского рынка, которые бы соответствовали общим требованиям, принятым в отдельной дестинации в рамках единой системы обеспечения экономической безопасности, необходимой для ее устойчивого развития),
- 6. Уровень инновационной активности участников функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации (отражает склонность участников туристского рынка дестинации к разработке и внедрению различного рода инноваций в рамках осуществляемой деятельности, в том числе уровень инвестиций в инновационную инфраструктуру и модернизацию соответствующих объектов туристской инфраструктуры в дестинации, а также участие в инновационных проектах межрегионального и международного характера),
- 7. Нормативно-правовое и организационно-методическое сопровождение функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации

- (включает в себя ключевые нормативноправовые и другие акты и документы, которые регулируют функционирование системы экономической безопасности туристской дестинации как на уровне федерального законодательства, так и на уровне отдельных региональных и внутрифирменных положений и требований. Отдельное внимание в данном случае следует уделять формированию нормативно-правового обеспечения, соответствующего масштабам и особенностям самой дестинации, в том числе учитывающим ее межрегиональный или международный (приграничный) характер.).
- 8. Подсистема показателей и индикаторов, которая может быть использована для оценки уровня обеспечения экономической безопасности туристской дестинации и эффективности функционирования и развития данной системы (данные показатели должны учитывать уровень социально-экономического развития дестинации в соотнесении с уровнем затрат на обеспечения необходимого уровня экономической безопасности и быть ориентированы на критерии, представленные в стратегических документах федерального уровня).
- 9. Подсистема управления экономической безопасностью туристской дестинации (представляет собой процесс взаимодействия и координации деятельности участников системы в процессе обеспечения экономической безопасности туристской дестинации на основе принятой институциональной модели управления).
- 10. Стратегия обеспечения экономической безопасности туристской дестинации и организационно-экономические механизмы ее реализации (включает в себя комплекс организационно-экономических, управленческих и регламентирующих действий и мероприятий, связанных со стратегическим развитием туристской дестинации за счет повышения уровня ее экономической безопасности в долгосрочном периоде).

Каждый из представленных элементов имеет одинаковую степень значимости для функционирования системы экономической безопасности туристской дестинации и отсутствие эффективности в его реализации может привести к снижению эффективностей всей системы либо в краткосрочном периоде (например, нарушение взаимодействия между участниками кластерного образования в условиях отдельной дестинации) либо в долгосрочной перспективе

(например, неправильное целеполагание в условиях развития кризисной ситуации).

Часть из перечисленных выше элементов может в той или иной степени соответствовать требованиям федерального или регионального законодательства. Например, в качестве очевидной цели формирования системы экономической безопасности туристской дестинации следует признать укрепление устойчивости туристской дестинации за счет оптимизации туристских потоков и сокращения перманентных рисков и новых вызовов в условиях высокой степени турбулентности. С другой стороны, создание подобного рода системы может быть ориентировано на обеспечение инновационного развития туристской дестинации, которое, в свою очередь, позволит добиться определенных экономических успехов в долгосрочном периоде. Необходимо также не забывать и о других возможных целях формирования подобного рода системы, среди которых отдельное внимание следует уделить сохранению природного или культурно-исторического наследия в естественных условиях, что также отражается на показателях, предъявляемых к результирующему действию самой системы. В данном случае особую актуальность приобретают вопросы регулирования величины и структуры туристских потоков на основе использования цифрового информационного обеспечения и регулирующих действий со стороны органов управления дестинацией. Таким образом, именно цель формирования системы обеспечения экономической безопасности туристской дестинации и определяет все последующие параметры и критерии возможной оценки.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Весьма важным остаётся и определение непосредственного круга участников, готовых к реализации требований формируемой системы экономической безопасности туристской дестинации, а также их непосредственные функциональные роли в обозначенной выше подсистеме управления экономической безопасностью. Можно говорить о нескольких принципиальных моделях, на основе которых может быть определен порядок взаимодействия и координации деятельности участников системы экономической безопасности туристской лестинации:

• регулирование со стороны органов государственной власти. В данном случае

контроль за исполнением показателей обеспечения экономической безопасности туристской дестинации и управление взаимодействием субъектов рынка для достижения этих пелей нахолится в велении конкретного органа государственной власти (например, профильного комитета или ведомства регионального уровня, регулирующего сферу туризма и рекреации, либо подведомственной организации, в функции которой и входит мониторинг и контроль за vровнем экономической безопасности тvристской дестинации). Данная схема имеет как свои преимущества (например, возможность использования административных методов воздействия на участников рынка и централизация управления за счет административного ресурса), так и определенные недостатки, в числе которых невозможность полного контроля за деятельностью участников рынка, ограничения в ресурсах, в том числе финансовых и кадровых, для осуществления функции контроля и мониторинга рынка туристской дестинации, а также потенциальная опасность роста уровня теневой экономики в случае ужесточения требований к участникам рынка. Использование данной модели, по нашему мнению, может быть связано с особенностями и спецификой самой дестинации, ее значимостью для федерального уровня и масштабами туристской деятельности. В условиях таких крупных дестинаций как, например, дестинации Большого Сочи, озера Байкал и межрегиональный туристский проект «Золотое кольцо» данная модель может считаться приоритетной.

• саморегулирование со стороны представителей туристского бизнеса дестинации. В данном случае система экономической безопасности, ее ключевые элементы и параметры определяются на основе взаимодействия между субъектами предпринимательской деятельности в рамках определенных соглашений различного характера и формата. К числу таковых можно отнести создание туристско-рекреационного кластера, с учетом того, что инициатива по его созданию исходит от участников рынка, а не органов государственной власти. В рамках созданной кластерной структуры вполне возможно обеспечить гармонизацию действий по синхронизации действий по достижению необходимых показателей экономической безопасности, прежде всего, за счет снижения транзакционных издержек и издержек, связанных с продвижением туристского продукта, а также создания дополнительных фондов нераспределенной прибыли участников кластерного образования, большая часть из которой может быть направлена на повышение инновационной активности предпринимательских структур и модернизацию объектов туристской инфраструктуры.

• смешанный вариант, который предусматривает как поддержку со стороны органов государственной власти, так и определенные затраты на создание системы со стороны предпринимательского сектора.

Скорее всего последний вариант может быть востребован в условиях дестинаций относительно небольших по масштабу туристской активности либо находящихся на первоначальном этапе жизненного цикла. Например, представленная схема может быть полезна для развития рынка событийного туризма в условиях дестинации, которая не обладает высоким уровнем туристско-рекреационного потенциала, но в качестве приоритетного направления стратегического развития рассматривает именно сферу туризма.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Экономическая безопасность в условиях цифровой экономики: коллективная монография / У.А. Алиев, Т.И. Безденежных, И.Ю. Благова [и др.]; под редакцией Т.И. Безденежных, Р.В. Дронова, Е.Е. Шарафановой. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2019. 196 с.
- 2. Сильвестров С.Н. Методический подход к оценке качества мероприятий стратегического планирования / С.Н. Сильвестров, В.Г. Старовойтов, И.И. Беляев, А.В. Ларионов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2021. Т. 17. № 12 (405). С. 2205—2228.
- Хабирова А.Р. Экономическая безопасность предприятия: сущность и цели / А.Р. Хабирова // Тенденции развития науки и образования. 2022. № 88–2. С. 90–93.
- 4. Сфера услуг в современной экономике / Е.О. Валеева, Е.В. Васина, М.В. Волошинова [и др.]; под редакцией Г.А. Карповой, М.Д. Сущинской. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2016. 114 с.
- 5. Воронцова М.Г. Применение информационных технологий в деятельности туристских организаций / М.Г. Воронцова, А.В. Кучумов, Я.С. Тестина // Журнал правовых и экономических исследований. 2019. № 1. С. 108—114.
- 6. Сервис и туризм в условиях цифровизации российской экономики : монография / Г.А. Карпова, Е.Е. Шарафанова, М.М. Морозов [и др.]; под редакцией Г.А. Карповой. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2018. 176 с.
- 7. Управление туристскими дестинациями на принципах кластеризации: монография / Г.А. Карпова., Е.В. Песоцкая, С.Ю. Гришин., В.А. Ткачев. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2017. 153 с.
- 8. Туризм: технологии, экономика, управление: учебник для обучения студентов высших учебных заведений. В 2 частях. Ч. 2 / Белоногов А.Г., Валеева Е.О., Воловода А.В. [и др.]; под общей редакцией Г.А. Карповой, Л.В. Хоревой. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2014. 356 с.
- 9. Лаврова Т.А. Современный туризм в Российской Федерации: реальность и возможности / Т.А. Лаврова // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2016 год (г. Санкт-Петербург, 01 апреля 31 мая 2017 г.): сборник научных статей / научный редактор Т.А. Селищева. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2018. С. 197−202.
- Волошинова М.В. Развитие технологических инноваций в индустрии туризма / Волошинова М.В. // Актуальные проблемы развития сферы услуг: сборник научных трудов. Вып. 3 / под редакцией Ю.В. Долматеня, В.А. Ткачева. Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2019. С. 92–100.
- 11. Проблемы развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации : коллективная монография / Е.И. Богданов, В.П. Орловская, А.С. Баранов [и др.]; редакторы: Е.И. Богданов, Е.Г. Драпеко, Г.А. Костин [и др.]. Санкт-Петербург : СПбГЭУ, 2018. 223 с.

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-21-27

Виртуальный туризм как средство патриотического воспитания старших дошкольников в Ленинградской области

Virtual tourism as a means of patriotic education of senior preschoolers in the Leningrad region

Колесов Владимир Иванович,

д.пед.н., профессор, профессор межфакультетской кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, Лужский институт (филиал) Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, Санкт-Петербург **E-mail:** vi kolesov@mail.ru

Сабодаш Ольга Александровна,

старший преподаватель кафедры психологии и педагогики, Лужский институт (филиал) Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, Санкт-Петербург **E-mail:** olg3458@vandex.ru

Vladimir Ivanovich Kolesov,

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Interfaculty Department of Humanities and Natural Sciences, Luga Institute (branch)

A.S. Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg

Olga Aleksandrovna Sabodash,

senior Lecturer, Department Psychology of Pedagogy, Luga Institute (branch)
A.S. Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg

Аннотация: В статье рассматривается виртуальный туризм как средство патриотического воспитания в дошкольных образовательных организациях на материале анализа культуры коренных народов Ленинградской области. Основной формой виртуального туризма является виртуальная экскурсия, которая помогает знакомь старших дошкольников с промыслами, фольклором, культурой русских, вепсов, водь, ингерманладских финнов, тихвинских карелов, показать и рассказать о их быте, одежде, домах, песнях, сказках, праздниках, традициях, не покидая группы ДОО.

Ключевые слова: виртуальный туризм, патриотическое воспитание, коренные народы Ленинградской области, виртуальная экскурсия, старший дошкольный возраст.

JEL code: Z 32

Abstract: The article considers virtual tourism as a means of patriotic education in preschool educational organizations based on the analysis of the culture of the indigenous peoples of the Leningrad region. The main form of virtual tourism is a virtual excursion that helps to introduce older preschoolers to crafts, folklore, culture of Russians, Veps, Vodas, Ingermanladsk Finns, Tikhvin Karelians, to show and tell about their everyday life, clothes, houses, songs, fairy tales, holidays, traditions, without leaving the group of preschool children.

Keywords: virtual tourism, patriotic education, indigenous peoples of the Leningrad region, virtual excursion, senior preschool age.

1. ВВЕДЕНИЕ

Одной из актуальных проблем в современном обществе является проблема применения инновационных педагогиче-

ских технологий. Одним из характерных проявлений духовной опустошенности и низкой культуры в обществе явилось резкое падение роли и значения патриотизма как

одной из ценностей нашего народа и его героической истории.

Ориентируясь на федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования, педагог должен учитывать задачи в области «Познавательное развитие». Одной из основных задач является формирование представлений о культурно-исторических событиях, традициях, ценностях малой Родины [1].

Это поспособствовало повышению интереса со стороны исследователей к проблеме знакомства детей дошкольного возраста с родным городом (населенным пунктом) и воспитания на этом основании, любви к малой Родине. Исследователи доказали, что доступные для восприятия в дошкольном возрасте сведения о стране, регионе, городе, их систематизация способны вызвать у дошкольников положительное отношение к Родине в целом, и к родному краю, в частности. Виртуальный туризм является доступным и эффективным средством знакомства дошкольников с родным городом.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В истории традиций нашей культуры накоплен огромный опыт и проанализировано содержание сущности патриотизма, методик и методов, отображена значимость педагога в данном процессе.

В Толковом словаре живого великорусского языка. С.И. Ожогов, Н.Ю. Шведова «патриотизм» представлен как «любовь к Родине» [2].

Рассматривая вопрос патриотического воспитания, Г.И. Крошилина, определяла сущность патриотического воспитания как формирование любви к родному народу и уважения к другим народам, гражданского самосознания путем глубокого изучения духовного мира страны [3].

Основам патриотического воспитания уделено много внимания в трудах многих ученых: И. Ильина, П.Ф. Каптерева, М.В. Ломоносова, С. Соловьёва, К.Д. Ушинского и др. Во всех трудах указывается на особую роль воспитания в подрастающем поколении любви к Родине, своему народу, родному языку, национальной культуре и ее традициям.

Идеям Е.С. Троицкого созвучно рассуждение Т.Е. Вежевич: «Любовь к большой и многонациональной Родине не противоречит, а предполагает любовь к малой родине, ее традициям и обычаям. Зарождаясь из любви к своей малой Родине, патриотические чувства, пройдя через целый ряд эта-

пов на пути к своей зрелости, поднимаются до общегосударственного патриотического самосознания, до осознанной любви к своему Отечеству» [4].

Важность патриотического воспитания подчеркнута в ряде нормативно-правовых документов, регламентируемых деятельность дошкольных организаций: в государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2021—2024 годы», в концепции дошкольного образования и в «Требованиях ФГОС дошкольного образования к организации образовательной деятельности дошкольников» [1].

В Концепции дошкольного образования подчеркивается необходимость организации в дошкольном учреждении специальной работы по патриотическому воспитанию детей с учетом их возрастных особенностей, национальной культуры и традиций народа.

В ФГОС ДО одним из показателей освоения ребенком программы дошкольного образования является сформированость у него представлений о малой родине и Отечестве, о планете Земля как общем доме людей, об особенностях природы. Все это свидетельствует о том, что патриотическое воспитание детей является одной из основных задач дошкольной образовательной организации [1].

В Законе Ленинградской области от 13.11.2015 № 115-оз «О патриотическом воспитании в Ленинградской области» [5] говорится о том, что все типы и уровни образовательных организаций являются субъектами патриотического воспитания (ст.3.3). Одним из приоритетных направлений выделено гражданско-патриотическое воспитание, включающее в себя не только социально-ценностное отношение к Родине, но и к народам, традициям и культуре (ст.4.1.1). Формирование у детей уважительного отношения к традициям и истории России и Ленинградской области является одним из методов патриотического воспитания (ст.4.3.3) [5].

Внесенные поправки в закон от 23.04.2019 №28 расширили и углубили задачи патриотического воспитания [6]. Одна из них — формирование мотивации к изучению истории Ленинградской области, культуры и традиций ее коренных народов. Поэтому в работе с детьми необходимо обновление и обогащение содержания патриотического воспитания, его методов, форм и средств (ст.2.3.8), а также создание

информационных (в том числе электронных) ресурсов (ст.2.3.2. в) [6].

Виртуальный образовательный туризм это один из форм деятельности педагога, который соответствует предъявляемым требованиям к обновлению содержания патриотического воспитания. Используя современные информационные и коммуникативные технологии, есть возможность создать виртуальное путешествие по городам Ленинградской области, посетить музеи, посмотреть памятники культуры, получить информацию о географических объектах, побывать на мероприятиях и праздниках.

По мнению авторов программы «Виртуальный туризм для детей» — это особая форма туризма, связанная с характерным для него игровым общением и богатством образов, дающая возможность окунуться в культурное пространство путешествий, включающее и фантазии, и действительность [7]. Т.к. игровая деятельность является ведущей в дошкольном образовании, то новая форма туризма соответствует требованиям федеральной образовательной программы.

На основании изученной литературы можно сделать вывод, что знакомство детей с народной культурой Ленинградской области средствами виртуального образовательного туризма является средством развивающего обучения, которое выступает одним из главных принципов системы современного дошкольного образования. Виртуальный туризм позволяет дошкольникам побывать в тех местах, куда им сложно или невозможно добраться, а воспитателям повысить за счет использования этого метода уровень патриотического воспитания старших дошкольников.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Основной формой виртуального образовательного туризма является виртуальная экскурсия.

Интернет предоставляет свои пользователям огромное количество информации, среди которой особое место занимают виртуальные экскурсии. Виртуальная экскурсия — это организационная форма обучения, которая основана на виртуальном отображении реально существующих объектов (музеи, парки, улицы, памятники, заведения и пр.) с целью создания условий для самостоятельного наблюдения, сбора необходимых фактов. Виртуальные экскурсии приобретают большую популярность

среди интернет-пользователей в основном потому, что они доступны всем и не требуют затрат денег и большого количества времени. Они позволяют отправиться практически в любую точку планеты, не выходя из дома. Основное количество виртуальных экскурсий в интернете посвящены музеям и достопримечательностям, но также сейчас создается множество экскурсий по улицам различных городов, по коммерческим заведениям и даже по пешим тропам в лесах и горах. Множество аспектов жизни современного общества так или иначе приобщается к виртуальным экскурсиям, что помогает в развитии бизнеса, в социальной работе и, конечно, в образовательном процессе.

Основные сферы использования виртуальных экскурсий:

Помощь людям с ограниченными возможностями здоровья. Людям, испытывающим проблемы со здоровьем, виртуальные экскурсии дают возможность «посетить» недоступные для них места и достопримечательности, так же они помогают приобщиться к жизни общества и снизить уровень тревоги.

Использование виртуальных экскурсий для людей с недостатком средств. Как и говорилось выше, виртуальные экскурсии не требуют больших вложений, и каждый интернет-пользователь может организовывать себе путешествия по виртуально-воссозданному миру, посещать музеи, рестораны, парки и т.д.

Сфера рекламы. Виртуальные экскурсии позволяют не только показать достоверную информацию о коммерческом заведении, но и сэкономить время потенциальных клиентов при выборе ресторана, гостиницы, кинотеатра. Так же виртуальные экскурсии используются для развития туризма, и помогают путешественникам составить свой маршрут по незнакомому для них городу, прежде чем в него отправиться.

Образовательный процесс. В организации образовательного процесса виртуальные экскурсии приобретают огромное значение, поскольку позволяют наглядно и наиболее полно показать необходимую информацию об объекте изучения. Такие экскурсии могут использоваться и для школьников, и для студентов. Могут охватываться такие учебные предметы как история, мировая художественная культура, история искусств, краеведение, изобразительное искусство, рекламный дизайн, история архитектуры, туризм и многие другие.

Так же «интернет-прогулки» необходимы для общего развития и воспитания, приобщения к культурным, традиционным духовно-нравственным ценностям и всевозможным новаторствам.

Сейчас с помощью современных технологий преподаватели могут создавать свой учебно-методический комплекс и проводить творческие и запоминающиеся уроки, привлекая к их разработке и воплощению, на принципах педагогики сотрудничества, своих учеников. Виртуальные экскурсии можно отнести к интерактивным методам обучения, поскольку они позволяют не только воспринимать информацию, но в значительной мере и управлять ей [8, с. 43].

Современная дошкольная педагогика обладает рядом программ по патриотическому воспитанию, с соответствующим методическим обеспечением.

Автор программы «Свет Руси» В.Н. Вишневская. Г.Н. Абросимова разработала программу «Патриотическое воспитание дошкольников средствами краеведо-туристской деятельности». Под авторством Е.Ю. Александровой увидела свет программа «Система патриотического воспитания в ДОУ». М.Ю. Новицкая автор программы «Наследие. Патриотическое воспитание в детском саду», М.Д. Махнева — автор программы «Нравственно-патриотическое воспитание детей старшего дошкольного возраста».

В рамках патриотического воспитания можно условно выделить несколько уровней: макроуровень (воспитание любви к своей стране) и микроуровень (воспитание любви к малой Родине). Обычно педагоги идут от малого к большому, то есть через формирование знаний и любви о малой Родине ведут детей к макроуровню.

Представление о родном крае формируются у ребенка с раннего возраста в рамках представлений об окружающем мире. То есть, знакомясь с природой, людьми, профессиями, он знакомится с историкокультурными, национальными, природными и географическими особенностями своего края.

Формирование представлений о малой Родине представляет собой сложный педагогический процесс. Это совместная деятельность воспитателя и дошкольника, основанная на использовании различных педагогических приемов и методов. Однако достичь успехов в патриотическом воспитании невозможно без погружения дошкольника в социокультурную среду.

Народная культура позволяет раскрыться детской личности.

Знакомство с малой Родиной позволяет решить следующие задачи:

- воспитание любви к малой Родине;
- воспитание уважения к профессиональной деятельности;
- воспитание чувства гордости и ответственности за свою малую Родину;
- воспитание бережного отношения к природе.

Решение этих задач подразумевает не только результаты в патриотическом воспитании, но и выстраивание отношений с взрослыми и детьми.

Знакомство дошкольников с малой Родиной предполагает отбор из значительного объема объектов тех, которые станут доступны для понимания и анализа дошкольнику. Так, педагоги чаще всего останавливают свой выбор на природных объектах, специфике профессиональной деятельности, традициях и достопримечательностях родного края.

Знакомство дошкольников с родным краем выдвигает высокие требования к педагогу. Он должен хорошо ориентироваться в истории своего города, знать ключевые моменты развития родного края. Воспитатель должен опираться на яркую наглядность.

Наибольшая часть интернет-ресурсов, связанная с виртуальными экскурсиями, относятся к активному и обоюдному типам взаимодействия. Именно это позволяет гармонично включать их в учебный процесс и дополнять ими программу образования в целом. Благодаря возможностям современной цифровой фото и видеотехники, можно не только просматривать фотографии и видеоролики, но и самим управлять своим маршрутом в виртуальной экскурсии, просматривать панорамы улиц и ходить по залам музеев. Все это делает процесс обучения более личностным, творческим и эффективным. Помимо этого, существует множество интернет - ресурсов, которые позволяют не только просматривать готовые туры, но и дополнять их своими фотографиями и информацией. Данные функции помогают углубиться в процесс изучения окружающего мира и поучаствовать в создании его виртуального отражения. Именно эта особенность виртуальной экскурсии помогает наиболее полно и эффективно познавать, и изучать не только мировую, но и региональную культуру. Когда ребенок имеет возможность приобщиться

к культурному наследию предшествующих поколений, увидеть важнейшие особенности своего родного края и внести свой вклад в развитие и увековечивание близких ему ценностей, он начинает с большей ответственностью и уважением относиться к своему региону, к своей стране и к миру в целом. Осознание им того факта, что он непосредственно причастен к жизни общества и миру культуры своего края, что он может дополнять уже накопленную информацию и делиться своим опытом, пробуждает в нем живой интерес к изучаемому предмету, развивает любознательность и кругозор, а также воспитывает чувство патриотизма и уважения к своей культуре.

Информационные технологии в работе с дошкольниками позволяют повысить их интерес к занятиям. Воспитатель, используя данные технологии, выходит на более высокий уровень деятельности и повышает качество образования детей.

Ленинградская область обладает огромным образовательным потенциалом, в котором гармонично соединена культурно-историческая среда и разнообразный природный ландшафт. На территории Ленинградской области проживает большое количество этносов.

Заселение региона началось в эпоху мезолита, среднего каменного века. Примерно с VI — IV тысячелетия до н.э. отдельные мелкие общины рыболовов-охотников постепенно проникали все далее к северу; их стоянки располагались по рекам и озерам в местах, удобных для рыбной ловли. Протосаамы, как стали называть их впоследствии, заняли обширные территории вдоль Финского залива, в современной Финляндии, Карелии и Ленинградской области, селились по берегам Невы, Волхова и Свири. Обнаруженные археологами находки, в частности сети и разнообразные орудия труда, свидетельствуют о развитом рыболовстве и уже достаточно налаженном торговом обмене с районами Прибалтики и Поволжья.

В период неолита, нового каменного века, в III тысячелетии до н.э. с востока, из Приуралья и Волго-Камского региона, сюда пришли так называемые «волосовские племена». Спустя тысячелетие из районов южной Прибалтики в эти места проникли древние прибалтийско-финские племена. Продвигаясь на север, они постепенно вытесняли и частично ассимилировали древних саамов.

Так еще в глубокой древности на этих землях возникло два родственных этно-

культурных образования: волжско-финские племена, поселившиеся в восточной части региона, и прибалтийско-финские племена на западе. Между ними, по долинам рек Ловати и Волхова, длительное время оставалась «ничейная земля», «пограничье».

В VIII — начале XII веков территория современной Ленинградской области начала активно осваиваться племенами коренного балтийско-финского населения и славянами, расселившимися вдоль рек Луга и Волхов. Большую роль в социально-экономическом развитии региона играл Великий торговый путь «в греки» и «в арабы», проходивший по водным артериям Севера-Запада Руси.

С начала XYIII в. территория губернии активно заселяется русскими крестьянами из внутренних областей страны. В 1723 г. в трех уездах Петербургской губернии (Копорской, Шлиссельбургской и Ямбургской) русских было всего 27% от общей численности населения, причем 17% пришли сюда уже после Петровских побед.

Ряд принятых правительством мер был направлен на то, чтобы «могла Ингерманландия российскими крестьянами размножиться» (Данилова 1958). Для переселяющихся сюда помещиков были созданы льготные условия, в частности, им предоставлялась возможность самим выбирать земельные участки под имения, долгое время здесь не действовали законы об обязательном вывозе беглых крестьян. Результаты не замедлили сказаться.

К концу XIX в. русские составили 1 млн. 729,5 тыс. человек — подавляющее большинство сельского населения губернии. Русские деревни и села были компактно расположены на территории сегодняшних Сланцевского, Волховского, Лужского, Тихвинского, Киришского районов области. В других местах они жили чересполосно с финским населением в одном природно-географическом, торговом, а затем и политическом пространстве, что, безусловно, сказывалось на формировании типа хозяйства, быта и сельской культуры русского и коренного финно-угорского населения: води, ижоры, карел, вепсов.

Результаты взаимодействия и взаимовлияния этносов особенно ярко проявились в характере лесного земледелия, приемах и орудиях речного и озерного рыболовства, крестьянских домашних промыслах, социальной организации, семейных и календарных обрядах, праздниках и верованиях. Постепенно малые по численности древние

«финские» народы стали подвергаться «обрусению». Освоению русского языка и приобщению к иной — городской — культуре способствовали православное вероисповедание (при крещении все получали русские имена и фамилии), отсутствие собственной письменности, служба мужчин в армии, уход на заработки в другие города.

По соседству с водью, в 222 деревнях и селах, на обширной территории южного побережья Финского залива проживала ижора.

Значительные географические пространства таежной лесной зоны между Ладожским, Онежским и Белым озерами занимало коренное население края — вепсы — носители одного из древних прибалтийско-финских языков.

Небольшую группу населения губернии составляли карелы, переместившиеся во время шведского владычества в верховья реки Чагоды. К концу XIX века в 15 деревнях Тихвинского уезда проживало около полутора тысяч карел-старообрядцев.

Во многих местах финны жили рядом с ижорой и русскими, но разница в вероисповедании не допускала смешанных браков. Другими причинами устойчивости к внешнему воздействию были: наличие собственного языка, многочисленность и компактность расселения, а также значительные бытовые различия.

Третья по численности этническая группа после русских и финнов — это выходцы из Эстонии. Во второй половине XIX в. они составили 6% сельских жителей из Прибалтики. Наряду с финнами и немцами они были самой грамотной частью населения.

На современно этапе истории ижора и водь считаются самыми малочисленными коренными народами Ленинградской области, тихвинских карел, вепсов и ингерманландских финнов на территории ненамного больше.

Каждый из коренных народов обладает неповторимой культурой. Например, художественные промыслы. Карелы и вепсы свои дома украшают резьбой по дереву. У карел — геометрические орнаменты, а вепсы предпочитают делать фигурки, в основном это куклы-берегини и кони. Также резные изделия украшали посуду, прялки и др.

В Лодейнопольском районе, селе Алеховщина есть музей жителей Приотия, в котором выставлены изделия гончарного производства. Это народный промысел вепсов, которые делали и свистульки в виде птичек, и барашков, и статуэтки мужчин и женшин.

Традиционное ткачество русских и карельских женщин считалось одним из лучших. Узоры были разнообразными и назывались бранными из-за использования досочек-бральниц. В Подпорожском районе Ленинградской области, селе Винницы есть Веппский центр фольклора, в котором есть ткацкие мастерские.

Карельские женщины славились вышивкой, которая была на одежде, утвари. Кружевоплетением занимались русские мастерицы. В Киришском краеведческом музее собраны лучшие образцы захожского кружева.

Фольклор народов Ленинградской области богат и разнообразен. Ярким примером может служить сборник «Сказки песни, частушки, присловья», составленный В.С. Бахтиным, где встречаются все жанры фольклора, и взрослого, и детского.

На территории Ленинградской области есть многочисленные библиотеки, музеи, дома культуры и народного творчества, выставочные залы, театры, клубы по интересам. А также проводятся реконструкции исторических событий и ролевые игры, что является воссозданием с помощью различных источников (письменных, археологических, изобразительных) духовной и материальной культуры различных эпох.

Виртуальный туризм может помочь дошкольнику познакомится с огромным пластом культуры, промыслов, фольклора русских, вепсов, водь, ижор, ингерманландских финнов, тихвинских карелов.

Перед проведением виртуальной экскурсии (как и перед традиционной) с детьми проводится беседа. Она позволяет настроить дошкольников на рабочий лад, подготовить к усвоению нового материала.

Во время вступительной беседы можно создать проблемную ситуацию, или сформулировать проблемный вопрос, ответ на который дети будут искать во время экскурсии.

Несмотря на то, что во время виртуальной экскурсии используются различные педагогические методы, ведущим выступает наблюдение.

Первый осмотр.

Дети знакомятся с объектом в целом. Очень важным во время виртуальных экскурсий является художественное слово воспитателя.

Анализ увиденного. После целостного восприятия объекта, дошкольники переходят к его анализу. В этом момент педагог задает им вопросы, которые активизируют

мыслительную деятельность, стимулируют внимание, память и воображение.

Всю экскурсию необходимо поддерживать интерес детей. Кроме того, воспитатель должен стимулировать поисковую деятельность воспитанников. Для этого используются вопросы, различные задания, игры. Педагог предлагает детям вспомнить что-то из ранее пройденного, повторить услышанное, придумать свое.

Дошкольники не обладают устойчивостью интересов, произвольность когнитивных процессов находится на невысоком уровне, а утомляемость, напротив, высока. В связи с этим к одной и той же теме воспитателю необходимо обращаться неоднократно. При этом возможности участия детей в повторных экскурсиях расширяются. Дети могут сами выступать в роли экскурсоводов, например. Или искать спрятанный сундук сокровищ, проходя по знакомому маршруту. В этих случаях наряду с основной задачей знакомством с культурой Ленинградской области, решаются и ряд других. Например, развитие связной речи, самостоятельности, познавательной активности детей.

Завершение экскурсии.

В завершении экскурсии с детьми проводится итоговая беседа, в ней дети делят-

ся впечатлениями, обобщают увиденное и услышанное, систематизируют знания.

Виртуальные экскурсии находят живой отклик у дошкольников. После прохождения экскурсионного маршрута они долго обсуждают увиденное, задают много уточняющих вопросов. Впечатления от увиденного находят отражения в рисунках, подделках, различных играх.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время вопрос патриотического воспитания старших дошкольников является ведущим в дошкольном образовании и воспитании. Виртуальный туризм является новой формой работы с детьми в области формирования патриотизма, т.к. обладает широким арсеналом средств для знакомства дошкольников с историей и культурой коренных народов Ленинградской области.

Воспитывая у детей любовь к родному краю, необходимо подвести их к пониманию, что их регион — частица Родины. Показать через малое большое, зависимость между деятельностью одного человека и жизнью всех людей — это важно для воспитания патриотизма.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования. URL: https://shkolastarotimoshkinskaya-r73.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/DetSad/FGOS_DO_v_deystvuyuschey_redaktsii_s_17.02.2023.pdf (дата обращения: 30.06.2023).
- 2. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. Москва: Азъ, 1992. 955 с.
- 3. Иванов А.В. Воспитательный потенциал внеурочной деятельности учащихся в условиях школьной среды / А.В. Иванов // Научные труды Государственного научно-исследовательского института семьи и воспитания. В 2 томах. Т. 1. Москва: Государственный научно-исследовательский институт семьи и воспитания, 2014. С. 83—87.
- 4. Вежевич Т.Е. Моделирование региональных систем патриотического воспитания школьников: автореферат диссертации доктора педагогических наук / Т.Е. Вежевич. Улан-Удэ, 2011. 41 с.
- 5. Областной закон "О патриотическом воспитании в Ленинградской области. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/4700201511170008 (дата обращения: 30.06.2023).
- 6. О внесении изменений в областной закон "О патриотическом воспитании в Ленинградской области. URL: https://lenoblpravo.ru/zakon/2019/04/23/n-28-oz/ (дата обращения: 30.06.2023).
- 7. Академия педагогических проектов Российской федерации. URL: https://педпроект. pф/сафонова-а-а-виртуальный-туризм/ (дата обращения: 30.06.2023).
- 8. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. URL: https://it-tourism.jimdofree.com/тема-8/виртуальные-путешествия/ (дата обращения: 30.06.2023).

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-28-34

Мобильные приложения в сфере путешествий и гостеприимства как инструмент повышения конкурентоспособности туристской индустрии

Mobile applications in travel and hospitality as a tool to increase the competitiveness of the tourism industry

Морозов Михаил Анатольевич,

доктор экономических наук, профессор кафедры гостиничного и туристического менеджмента, РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва **E-mail**: mmorozov@bk.ru

Морозов Михаил Михайлович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и инновационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе,
Российский новый университет, Москва **E-mail**: m morozov@bk ru

Mikhail Anatolyevich Morozov,

Doctor of Economics, Professor of the Department of Hotel and Tourism Management, Russian University of Economics. G.V. Plekhanov, Moscow

Mikhail Mikhailovich Morozov.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Management and Innovative Technologies in Tourism and Hospitality,
Russian New University, Moscow

Аннотация: Целью исследования является анализ российских мобильных приложений, используемых в сфере путешествий и гостиничного бизнеса. Изменения, произошедшие в последние годы в российском туристском и гостиничном бизнесе, кардинальным образом изменили ландшафт этой индустрии. Одним из ключевых факторов явился уход с российского рынка зарубежных систем бронирования, что привело к быстрому развитию российских систем бронирования и их мобильных продуктов. Сложившаяся ситуация обусловила актуальность данного исследования и показала возможности развития российских мобильных приложений в сфере путешествий и гостеприимства. В статье показано, что с учетом изменяющихся потребностей туристов и появлением так называемой категории цифровых путешественников роль и значение цифрового обеспечения путешествий существенно возрастает, что непосредственно отражается на конкурентоспособности предприятий туристской и гостиничной индустрии.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, цифровизация, цифровые технологии, мобильные приложения, конкурентоспособность.

Jel code: Z32, J44

Abstract. The purpose of the study is to analyze Russian mobile applications used in travel and hotel business. The changes that have taken place in recent years in the Russian tourism and hotel business have radically changed the landscape of this industry. One of the key factors was the withdrawal of foreign reservation systems from the Russian market, which led to the rapid development of Russian reservation systems and their mobile products. The current situation determined the relevance of this study and showed the possibilities for the development of Russian

mobile applications in the field of travel and hospitality. The article shows that taking into ac-count the changing needs of tourists and the emergence of the so-called category of digital travelers, the role and importance of digital travel support is increasing significantly, which directly affects the competitiveness of enterprises in the tourism and hotel industry.

Keywords: tourism, hospitality, digitalization, digital technologies, mobile applications, competitiveness.

1. ВВЕЛЕНИЕ

К одним из инновационных направлений, оказавших значительное влияние на сервисную индустрию в последние годы, относятся мобильные приложения, которые активно создаются и используются в различных сферах деятельности, включая путешествия, ме-дицину, обучение, торговлю и т.д. Явными преимуществами этой технологии является широкое распространение разнообразных гаджетов, на которых устанавливается мобильное приложение, и огромное количество пользователей, которое постоянно растет. К началу 2023 года общее количество пользователей мобильных телефонов достигло 5,16 миллиарда человек, что составляет 68% населения земли [1]. По данным исследования компании data. аі глобального рынка мобильных приложений, в 2022 году количество загрузок мобильных приложений во всем мире составило 255 млрд, пользователи-ли проводили в мобильных приложениях в среднем пять часов в день, что на 3% больше, чем в 2021 году [2]. Все это подтверждает популярность и востребованность мобильных приложений, что обусловило актуальность темы исследования.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Исследование вопросов разработки и применения мобильных приложений проводится достаточно активно для различных сфер деятельности, в частности, в работе Фомичевой Т.Л. [3] проведен анализ мобильных приложений в финансовой сфере, включая мобильный банкинг. Авторы Ким О.Т., Дадаева В.А., Тельхигова А.А., Драпкина О.М. [4] описали использование мобильных приложений в сфере медицинских услуг.

Использование мобильных приложений в сфере музейной деятельности раскрыто в работе Фаниной М.А., Раевой Ю.С., Горлушкиной Н.Н. [5], в дея-

тельности тематических парков — в статье Стаховой Л.В. [6].

В статье Федоровой О.С. и Хановой А.Р. [7] рассмотрены правовые вопросы регистрации мобильных приложений в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз ланных.

Особый интерес представляет анализ мобильных приложений в сфере путешествий и гостеприимства, т.к. этот сектор продолжает активно восстанавливаться после пандемии и развиваться.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При подготовке статьи были использованы монографический, статистический и сравнительный методы исследования, которые позволили выявить основные направления развития мобильных приложений в сфере путешествий и гостеприимства и определить перспективные направления их развития.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Глобальная цифровизация влияет на все сферы жизнедеятельности человека и из-меняет не только многие отрасли экономики [8, 9, 10], но и самого человека и его потребности [11]. Индустрия туризма и гостеприимства стала одним из важных факторов развития региональной экономики и повышения ее конкурентоспособности [12]. Конкурентоспособность сферы туризма и гостеприимства во многом определяется уровнем использования информационных технологий, т.к. они являются инструментом продвижения и информационно-коммуникационного сопровождения туристских и гостиничных продуктов [13]. Начиная с середины 60-х годов прошлого века сфера туризма начала активно использовать системы глобального бронирования и информационные сети, что позволило повысить скорость и качество обслуживания туристов и, соответственно, обеспечить более высокий уровень конкурентоспособности [14, 15]. Все дальнейшее развитие индустрии туризма и гостеприимства было непосредственно связано с уровнем развития ІТ-индустрии и цифровых технологий [16]. Их активное и постоянное внедрение в бизнес-процессы туристской и гостиничной индустрии было обусловлено необходимостью поддержания конкурентоспособности и удовлетворения вновь возникающих информационно-коммуникационных потребностей туристов [17].

Появление современных цифровых технологий способствовало созданию и развитию мобильных приложений (Mobile App), которые представляют собой программное обеспечение для смартфонов, планшетов и других мобильных устройств, работающих на различных платформах iOS, Android, Windows Phone и др.

Мобильные приложения распространяются через специальные онлайн-платформы (торговые площадки):

- 1) Google Play Store предназначена для мобильных устройств на операционной системе Android и являющаяся крупнейшим маркетплейсом по количеству доступных приложений;
- 2) Apple App Store —предназначена исключительно для мобильных устройств на операционной системе iOS, таких как iPhone и iPad;
- 3) Microsoft Store предназначена для устройств на операционных системах Windows Phone и Windows 10 Mobile;
- 4) Amazon Appstore предназначена для устройств на операционной системе Android, доступная, в частности, на планшетах Amazon Kindle Fire.

Выделяют следующие виды мобильных приложений [18]:

- нативные, применяемые только для определенной операционной системы мобильного устройства, например, если приложение создано для iOS, то оно неприменимо для Android, Windows Phone или любой другой мобильной операционной системы,
- Web-приложения, представляющие веб-сайты, оптимизированные под мобильные устройства, они не требуют

установки, доступ возможен с любого устройства, подключенного к Интернету,

- гибридные приложения, работающие на нескольких операционных системах, их можно установить из магазинов приложений,
- прогрессивные веб-приложения (PWA progressive web application), созданные компанией Google в 2015 году и позволяющие сделать из веб-сайта подобие мобильного приложения за счёт увеличения возможностей, например, работать в автономном режиме без Интернета, отправка push-уведомлений, установка значка приложения на главном экране устройства.

Следует подчеркнуть, что сервис может быть представлен в нескольких видах, например, у сервиса онлайн-бронирования отелей Ostrovok.ru есть веб-приложение и нативное приложение, которое можно установить на iOS и Android.

В 2022 году зарубежные системы бронирования Booking, Airbnb, Agoda, Momondo, HotelsCombined, Hotels.com приостановили работу в России, что способствовало более широкому распространению российских систем бронирования и их мобильных приложений, В таблице 1 представлены мобильные приложения, используемые в гостиничном бизнесе и доступные на данный момент в России.

На данный момент мобильные приложения в гостиничном бизнесе предлагают ряд функциональных возможностей, которые могут улучшить качество обслуживания гостей и повысить общую эффективность работы гостиничного предприятия.

Основные функциональные возможности мобильных приложений, созданных лля гостей:

- 1) бронирование и управление бронированием мобильные приложения позволяют гостям просматривать наличие свободных номеров, выбирать желаемый тип номера, бронировать и управлять бронированием;
- 2) регистрация заезда и выезда мобильные приложения упрощают процесс регистрации заезда и выезда, при заезде гость может обойти стойку регистрации и пройти непосредственно в свой номер с помощью цифрового ключа в смартфоне;

- 3) обслуживание питанием в номерах и заказ столика — мобильные приложения предоставляют гостю просмотр меню. позволяют сделать заказ доставки еды и напитков в номер, получать уведомления о готовности заказа, а также бронировать столик в ресторане;
- 4) услуги консьержа мобильные приложения позволяют отказаться от приёма заявок через классический канал связи телефон, что заметно снижает нагрузку на колл-центр. С помощью виртуального консьержа можно получить доступ к дополнительным услугам, например,
- заказать такси, получить информацию о местных достопримечательностях и т.п.;
- 5) программа лояльности с помощью мобильных приложений гости могут стать участниками программ лояльности, получать вознаграждения и обменивать баллы на скидки и привилегии:
- 6) управление номером мобильные приложения позволяют регулировать интенсивность света в номере, выставлять целевую температуру кондиционера, включать телевизор и т.д.;
- 7) обратная связь и отзывы благодаря мобильным приложениям гости могут

Таблица 1

Мобильные приложения для гостиничного бизнеса

Вилы Описание Примеры Ostrovok.ru Янлекс. Путешествия Представляют собой единую площадку для Сервисы брониро-Bronevik.com поиска и бронирования мест размещения вания Hotellook (отелей) Суточно.ру City.travel Trip.com Мобильное прило-Позволяет гостям отеля получать доступ к Accor All жение конкретного информации, связанной с деятельностью от-Hilton Honors отеля или сети отеля, а также к различным функциям, начиная Roomsharing елей, созданное для с бронирования номера и заканчивая управ-Norke его гостей лением дверным замком, освещением и т. п. Bnovo PMS (Property Ma-Позволяет автоматизировать и управлять nagement System) бизнес-процессами в гостинице с целью по-RST-Алмин Teamjet система управления вышения эффективности работы персонала отелем и отеля в целом Goodstay Позволяет преобразовывать мобильные устройства на операционных системах Android и iOS в так называемые «киоски» путём блокировки устройства для одного MDM (Mobile Deили нескольких приложений. Такая система vice Management) нужна для оптимизации производительности Scalefusion управление мобильи защиты от неправомерного использования ными устройствами и несанкционированного доступа. Пример использования: администраторам выдаются мобильные телефоны, где доступ предоставлен только к одному корпоративному приложению Приложения, упрощающие обучение сотруд-Платформы ников, доступны различные по своей направ-Typsy Mobile для обучения ленности курсы, начиная от изучения работы портье до управления гостиничным бизнесом

оставлять отзывы о проживании, помогая руководству работать в направлении улучшения впечатлений от пребывания.

Эти функциональные возможности позволяют улучшить общие впечатления гостя от пребывания в отеле, повысить лояльность и удовлетворенность гостей и, соответственно, обеспечить конкурентоспособность отеля. В частности, услуга входа в номер без ключа напрямую влияет на оценку удовлетворенности гостей. По данным компании OpenKey, большинство гостей отеля считают, что на их выбор влияют применяемые отелем передовые технологии в обслуживании гостей, например, цифровой ключ.

Мобильные приложения обеспечивают ряд преимуществ, повышающих общую эффективность работы гостиничного предприятия и повышение его конкурентоспособности:

- 1) повышение качества услуг бронирования, заселения и выселения, т.к. при мобильной регистрации данные гостя сохраняются, что в дальнейшем позволяет автоматически заполнить все формы;
- 2) более подробный сбор данных о гостях мобильные приложения предоставляют возможность собирать подробную информацию о пребывании гостей в отеле, что позволяет предлагать дополнительные услуги и обеспечивать клиентоориентированность, а значит увеличивать доход от продаж;
- 3) конкурентное преимущество внедрение мобильного приложения в отеле само по себе является конкурентным преимуществом, поскольку на российском гостиничном рынке пока еще мало фирменных мобильных приложений отелей, созданных для гостей конкретного отеля;
- 4) преодоление языкового барьера мобильные приложения, переведенные на самые распространенные языки, могут помочь с преодолением языкового барьера;
- 5) увеличение продаж наличие мобильного приложения с возможностью бронирования столика в ресторане, СПА-процедур и других дополнительных услуг предоставит гостям альтернативу привычному звонку или обращению на стойку регистрации, что окажет влияние на количество продаж;

6) программа лояльности, встроенная в приложение — она всегда доступна гостю и перед очередным выбором отеля будет хорошим стимулирующим напоминанием о том, что он является участником программы лояльности, о накопленных баллах, скидках, привилегиях. Это создаёт связь с определённым брендом, превращая гостя из обычного клиента в постоянного.

Основные функциональные возможности мобильных приложений для гостиничного бизнеса представлены в таблице 2.

Общие ключевые особенности мобильных приложений:

- 1) доступность сотрудники отеля находятся на связи с гостями 24/7 вне зависимости от местонахождения, гости могут легко получить доступ к услугам отеля со своих мобильных устройств;
- 2) гибкость гости взаимодействуют с отелем наиболее удобным и комфортным для них способом;
- 3) эффективность с помощью мобильных приложений можно оптимизировать бизнес-процессы, уменьшая потребность в ручном управлении;
- 4) персонализация отели лучше понимают и удовлетворяют индивидуальные потребности и предпочтения своих гостей, могут реализовать персонифицированное обслуживание;
- 5) коммуникация мобильные приложения обеспечивают быструю и эффективную коммуникацию и решение возникших проблем.

Особенность мобильных приложений в гостиничном бизнесе заключается в их способности трансформировать впечатления гостей, позволяя отелям предлагать более доступный, гибкий, эффективный и персонализированный сервис, отвечающий меняющимся потребностям и ожиданиям современных путешественников.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Путешественники ценят мобильные приложения прежде всего за их простоту в использовании, быстрый отклик, удобство и полезность. Мобильные приложения с сервисами бронирования прежде всего пользуются для поиска предложений, сравнения цен, бронирования услуг.

Таблица 2 Функциональные возможности мобильных приложений для гостиничного бизнеса

No	Название функции	Краткое описание		
1	Технология GPS (осведомленность о местоположении пользователя)	Определяет текущее местоположение пользователя и формирует соответствующие предложения		
2	Поиск	Поиск по названию отеля и другим поисковым запросам		
3	Фильтры	Возможно устанавливать фильтры по ряду параметров: месторасположению, стоимости, рейтингам и т. п.		
4	Бронирование, оплата и управление бронированием	Возможность забронировать отель, внести предоплату и управлять бронированием онлайн		
5	Информация об отеле	Информация об отеле: описание, типы номеров, удобства и услуги, фотографии и др.		
6	Информация о пункте назначения	Описание местных достопримечательностей, мероприятий и т.д.		
7	Рейтинг и отзывы	Просмотр рейтинга отеля и отзывов		
8	Служба поддержки	Обратная связь через чат или звонок		
9	Интерактивная карта	Отели отображаются на карте пункта назначения		
10	Программа лояльности	Пользователи могут стать участниками программы лояльности, получать и использовать бонусные баллы		
11	Предложения и акции	Информация о спецпредложениях, акциях		
12	eCheck-in/eCheck-out	Мобильная регистрация заезда и выезда		
13	Мобильный (электронный) ключ	Открытие двери номера с помощью смартфона		
14	Умный дом	Управление светом, шторами, ТВ, кондиционером с помощью смартфона		
15	Room service	Заказ завтрака, еды и напитков в номер прямо в телефоне		
16	Вариативность в выборе языка	Возможность сменить язык		
17	Избранное	Добавление отеля в «Избранное» позволяет вернуться к нему позже		

Фирменные мобильные приложения отелей используются в основном для бронирования номеров и участия в программе лояльности, включая накопление и использование бонусных баллов. Мобильные приложения отелей, созданные для

гостей, являются важным конкурентным преимуществом, т.к. они обеспечивают более комфортное информационно-коммуникационное сопровождение гостиничных услуг, что высоко ценится современными путешественниками.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Kemp, S. Digital 2023: global overview report / S. Kemp // Datareportal. 2023. 26 January.
- 2. Мировой рынок мобильных игр просел на 5% из-за инфляции // Tadviser. 2023. 13 января.
- 3. Фомичева Т.Л. Корпоративные мобильные приложения / Т.Л. Фомичева // Самоуправление. 2023. № 1 (134). С. 968—971.
- 4. Ким О.Т. Мобильные медицинские приложения: возможности, проблемы и перспективы / О.Т. Ким, В.А. Дадаева, А.А. Тельхигова, О.М. Драпкина // Профилактическая медицина. 2021. Т. 24. № 7. С. 96—102.
- 5. Фанина М.А. Проектирование мобильного приложения для управления популяризацией музеев-заповедников / М.А. Фанина, Ю.С. Раева, Н.Н. Горлушкина // Экономика. Право. Инновации. 2022. № 4. С. 66—77.
- 6. Стахова Л.В. Мобильное приложение тематического парка как ключ к управлению доходами / Л.В. Стахова // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14. № 2. С. 72–83.
- 7. Федорова О.С. О регистрации мобильного приложения в едином реестре по и применении специальных коэффициентов в целях налогового учета / О.С. Федорова, А.Р. Ханова // Налоги и финансовое право. 2023. № 3. С. 178—190.
- 8. 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., испр. и доп. Москва: Дашков и К°, 2020. 605 с.
- 9. Morozov, M.A. Tourism development of Russian territories: competitiveness, effectiveness and sustainability / M.A. Morozov, N.S. Morozova, V. Belyanskiy [et al.] // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. T. 8. № 4 (20). C. 875–881.
- 10. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции: монография / А.В. Шаркова, И.Н. Шапкин, Л.А. Чалдаева [и др.]; под общей редакцией М.А. Эскиндарова. Москва: Дашков и К°, 2020. 351 с.
- 11. 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.
- 12. Morozov M.A. Innovative de-velopment of the regional economy / M.A. Morozov, N.S. Morozova, M.M. Morozov, M.B. Moldazhanov. Semey: Intellect, 2019. 104 p.
- 13. Morozov M.M. Information and communication technologies in tourism / M.M. Morozov // Sochi Journal of Economy. 2017. T. 11. № 4. C. 295–301.
- 14. Морозов М.М. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики / М.М. Морозов // Туризм: право и экономика. 2018. № 3. С. 7—10.
- 15. Морозов М.М. Информационное обеспечение процесса управления в туризме / М.М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2018. № 1. С. 142—146.
- 16. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез: монография / А.В. Шаркова, Н.А. Килячков, В.В. Белобрагин [и др.]; под общей редакцией М.А. Эскиндарова. 3-е изд. Москва: Дашков и К°, 2021. 641 с.
- 17. Морозов М.А. Цифровые коммуникации в образовательных и профессиональных стандартах / М.А. Морозов, Н.С. Морозова // Человеческий капитал. 2022. № 12-1 (168). С. 184—190.
- 18. Different types of Mobile Apps: Pros & Cons to be considered. URL: https://ipwithease.com/different-types-of-mobile-apps/ (accessed: 01.06.2023).

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-35-42

Научно-популярный туризм, как вектор развития студенческого туризма в регионах россии (на примере Южного федерального университета)

Popular science tourism as a vector of the development of student tourism in the regions of russia (on the example of Southern federal university)

Ханина Анна Владимировна,

к.э.н., доцент кафедры технологии управления и индустрии туризма, ФГАОУ ВО Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия **E-mail:** ahanina@sfedu.ru

Якименко Марианна Владимировна,

к.э.н., заведующая кафедрой технологий управления в индустрии туризма, ФГАОУ ВО Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия **E-mail:** mvyakimenko@sfedu.ru

Khanina Anna V.,

Candidate of Sciences (Ph.D.) in Economics, Associate Professor of the Department of Management Technologies in the Tourism Industry, Southern Federal University, Rostov-on-Don

Yakimenko Marianna V.

Candidate of Sciences (Ph.D.) in Economics, Head of the Department of Management Technologies in the Tourist Industry, Associate Professor, Southern Federal University, Rostov-on-Don

Аннотация. Развитие студенческого туризма сейчас активно популяризируется в ВУЗах по всей России. Обозначив целое десятилетие науки и технологий, Президент России дал старт еще одному направлению развития туризма — научно-популярному туризму. Благодаря данному направлению многие вузы открыли для путешественников свои лаборатории, музеи, исследовательские центры. Так как большинство путешествующих в рамках научно-популярного туризма — это студенты и молодые исследователи, то логично предположить, что объединение данных программ должно дать синергетический эффект. Авторами был проведен анализ развития студенческого и научно-популярного туризма на примере Южного федерального университета, проведен опрос обучающихся, с целью определения заинтересованности в программе, а также предложены несколько тематических маршрутов по университету. В рамках исследования были определены ключевые проблемы, тормозящие процессы развития научно-популярного и студенческого туризма, а также предпринята попытка предложить варианты для решения данных проблем и активизации данных движений в ВУЗе.

Ключевые слова. Студенческий туризм, студтуризм, научно-популярный туризм, университет, путешествие, туризм, студенты

Jel Classification code. Z32

Annotation. The development of student tourism is now being actively popularized in universities throughout Russia. Having designated a whole decade of science and technology, the President of Russia launched another direction of tourism development — popular science tourism. Thanks to this direction, many universities have opened their laboratories, museums, and research centers for travelers. Since the majority of those traveling within the framework of popular science tourism are

students and young researchers, it is logical to assume that combining these programs should give a synergistic effect. The authors analyzed the development of student and popular science tourism on the example of the Southern Federal University, conducted a survey of students to determine their interest in the program, and also proposed several thematic routes around the university. Within the framework of the study, the key problems hindering the development of popular science and student tourism were identified, and an attempt was made to offer options for solving these problems and activating these movements at the university.

Keywords. Student tourism, student tourism, popular science tourism, university, travel, tourism, students

1. ВВЕЛЕНИЕ

Десятилетие науки и технологий дало толчок развитию важного направления в туристической индустрии как научно-популярный туризм. Научно-популярный туризм пришел на смену научному туризму, основной целью которого является популяризация науки и образование, а также привлечение и ротацию ученых между ВУЗами России.

Наука является важной сферой человеческой жизни, которая отвечает современным общественным запросам и позволяет реагировать на большие вызовы, ежедневно возникающие в нашей реальности. Именно с помощью осознания роли науки, а также популяризации ее среди населения страны можно добиться нового качества жизни, так как именно научно-технический прогресс позволяет решить социальные, экономические, экологические и иные проблемы. Именно уровень развития науки демонстрирует уровень развития государства на мировой арене.

Обычно, путешествуя в рамках научного туризма путешественник может посещать научные мероприятия, лаборатории, выставки и семинары, собирать нужную для исследования информацию.

Понятие научно-популярного туризма гораздо шире, чем определение научного туризма и впервые прозвучало в Концепции развития научно-популярного туризма в РФ на период до 2035 года. Научно-популярный туризм — это временные выезды с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам, с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий.

Согласно концепции развития научнопопулярного туризма его продуктом является комплекс услуг по демонстрированию объектов научно-популярного туризма, проведению мероприятий, перевозке и размещению в соответствии с договором о реализации туристского продукта.

Осуществлять мероприятия по научнопопулярному туризму могут научно-исследовательские институты, образовательные организации, производства, объекты туриндустрии, музеи, наукограды.

В 2022 году Президентом РФ объявлено о старте десятилетия науки и технологий в стране, одним из направлений которого является инициатива по развитию научнопопулярного туризма. Научно-популярный туризм будет способствовать погружению туристов в научную атмосферу, пониманию процесса организации и проведения научных исследований, ясному представлению себе работы ученого и популяризации науки в обществе. Научно-популярный туризм нацелен в первую очередь на студентов, аспирантов, молодых исследователей, которые начинают свой профессиональный путь в науке. Безусловно, путешествовать в рамках научно-популярного туризма могут не только студенты, но и все остальные группы туристов, заинтересованные в изучении науки. К тому же, некоторые ВУЗы предлагают свои маршруты для путешествий не только для заинтересованных студентов, но и для всех желающих, например, маршрут «Путешествие в науку: Томск — Сибирские Афины» или «Путешествие в науку. Московские университеты: МГУ», которые доступны на сервисе «слетать.ру».

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Сегодня научно-популярный туризм еще не получил широкой научной огласки, основная часть исследований, которые имеются в настоящее время посвящены научному туризму или студенческому туризму, комбинация такая как научно-популярный туризм только входит в научный оборот. Пономарева И.Ю. и Савинов В.Ю. в своей

работе раскрывают предпосылки развития научно-популярного туризма в Тульской области. Авторы провели исследование имеющихся в настоящее время формулировок и классификаций научно-популярного туризма и предложили авторское определение данного термина [1].

Баранова А.Ю. предлагает посмотреть на научно-популярный туризм в контексте его финансирования. Автор предлагает собственное видение на трактовку термина, определение целей, задач, методов популяризации. Особое место в исследовании Барановой А.Ю. занимает процесс финансирования поездок в рамках научно-популярного туризма, в силу своей специфики наибольший интерес к таким поездкам проявляют студенты и молодые ученые, а значит, требуется софинансирование от принимающего или направляющего ВУЗа [2, 3].

Крылова Е.А. предлагает посмотреть на научно-популярный туризм в контексте принципиального нового инновационного решения, которое появилось после пандемии COVID-19 в туриндустрии. В статье автором рассматривается роль туризма как бизнеса, процессы его влияния на экономику страны и региона, а также перспективы развития научно-популярного туризма как нового направления в российском и международном туризме, которому до настоящего времени практически не уделялось достаточного внимания [4].

Некоторые работы посвящены развитию научно-популярного туризма в отдельных регионах России. Например, Баранова А.Ю. посвятила одну из своих работ теме развития науки на курортах, что будет способствовать инновационному развитию как самих курортов, так и направлению научно-популярного туризма [2, 3].

Уже третий год в России активно развивается движение студенческого туризма. Студенты могут направиться в путешествие в другой регион, поселившись в общежитиях ВУЗов-партнеров программы за символическую плату. Некоторые исследователи уже занимались изучением вопросов студенческого туризма. Воробьев Н.С. рассматривает проблему развития студенческого туризма через призму формирования здорового образа жизни молодежи, предлагая различные подходы к решению данного вопроса [5].

Иванова С.А. и Ноговицын И.М. рассматривают понятие студенческий туризм и его формы как процесс интеграции и

активного взаимодействия между высшими учебными заведениями страны и мира [6].

Ханина А.В. рассматривает вопрос развития студенческого туризма как базиса образовательного и научного туризма. Представлен ретроспективный анализ развития понятий научный, образовательный и студенческий туризм, а также отражены результаты исследования о необходимости формирования студенческих научных обществ для развития и популяризации студенческого туризма в России [7].

Харьковская Е.В. и Харьковский С.Н. рассматривают студенческий туризм с точки зрения развития сельского туризма, предполагая, что молодые люди предпочитают отдых на природе, а именно в сельской местности студенческой компании будет максимально комфортно [8].

Рогалиева Н.Л. рассматривает актуальность развития студенческого туризма в Камчатском крае. В одной из своих работ автор говорит о векторе развития студенческого экологического туризма как в части формирования экологической компетенции у общественности Камчатского края [9].

3. МЕТОЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ проходил на основе эмпирических методов исследования: анализ литературных источников, синтез полученных результатов. Основополагающим для данной работы методом был выбран описательный метод, включающий элементы обобщения, наблюдения, классификации, сопоставления и интерпретации.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ЛИСКУССИЯ

Авторами предлагается провести комбинацию научно-популярного и студенческого туризма в силу идентичности основной целевой аудитории и реализовать программы приема «от студента к студенту» в ВУЗах-партнерах программы.

Программа студенческого туризма была запущена в 2021 году, как возможность бюджетных студенческих путешествий из одного региона в другой. Однако, каждый участвующий в программе ВУЗ, который принимает студентов по данной программе обладает интересными лабораториями, музеями, комплексами, которые также могут стать объектами притяжения наряду с достопримечательности самого города или региона [10].

В 2023 году было объявлено о реализации проекта «Десятилетие науки и технологий», в рамках которого выделено

направление научно-популярного туризма [11]. Именно в рамках научно-популярного туризма предлагается посещать объекты научного туризма, которые в большинстве своем, расположены именно в ВУЗах.

На сайте научно-популярного туризма представлен всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма по регионам России, всего выделено 755 объектов, при этом, можно с уверенностью сказать, что их число будет только увеличиваться [12].

Южный федеральный университет является участником программы студенческого туризма с момента ее основания, в связи с чем, авторами было проведено исследование возможностей формирования маршрутов научно-популярного туризма в ЮФО, а также определены основные проблемы при формировании таких маршрутов и представлены возможности их решения.

В реестре объектов научно-популярного туризма, представленных на сайте, числится 12 объектов, относящихся к Южному федеральному университету, а именно:

- 1. Ботанический сад Южного федерального университета;
- 2. Естественнонаучный музей Южного федерального университета;
- 3. Зональная научная библиотека Южного федерального университета;
- 4. Лаборатория технологии функциональных наноматериалов Южного федерального университета;
- 5. Минералогический музей Южного федерального университета;
- 6. Научно-исследовательский институт робототехники и процессов управления Южного федерального университета;
- 7. Научно-образовательный центр «Нанотехнологии» Южного федерального университета;

- 8. Научно-образовательный центр «Политехнический музей Южного федерального университета»;
- 9. Ресурсный центр Института компьютерных технологий и безопасности Южного федерального университета (кластер «Кремниевое Лукоморье»);
- 10. Учебная астрономическая обсерватория Южного федерального университета;
- 11. Учебный музей археологии Южного федерального университета;
- 12. Центр арменоведения Института социологии и регионоведения Южного федерального университета;

В процессе проведения исследования было установлено, что помимо имеющихся объектов, в университете имеются и иные объекты, которые могут быть отнесены к объектам научно-популярного туризма и включаться в студенческие туристические маршруты, например, криминалистический полигон юридического факультета, музей истории Южного федерального университета, кабинет-музей Ю.А. Жданова, уникальная кирпичная библиотека или единственная на юге страны безэховая камера.

Прежде чем формировать маршруты, было решено определить какие объекты будут являться наиболее популярными у студентов. Для этого был проведен опрос, в котором приняло участие более 750 обучающихся ЮФУ, средний возраст которых составил от 16 до 20 лет. Так как программа реализуется для студентов и молодых ученых до 35 лет, то можно сказать, что респонденты полностью соответствуют целевой аудитории (рис. 1).

Безусловно, прежде чем выбирать объекты для посещения, было интересно узнать, а осведомлены ли студенты о том, какие объекты научно-популярного туризма находятся в Южном федеральном университете (рис.2).

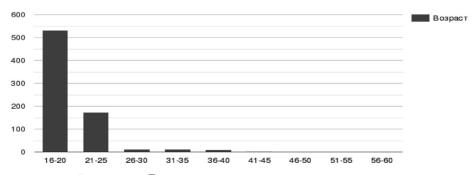


Рисунок 1. Возраст респондентов, прошедших опрос

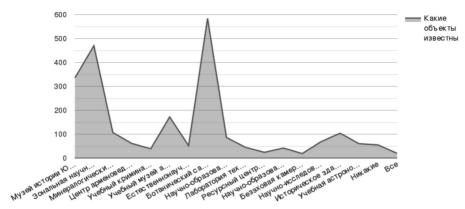


Рисунок 2. Известные объекты научно-популярного туризма в ЮФУ

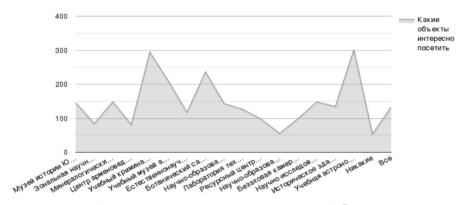


Рисунок 3. **Какие объекты научно-популярного туризма ЮФУ интересно посетить студентам**

Самым известным местом стал Ботанический сад ЮФУ, так как он является открытым к посещению не только для студентов и сотрудников университета, но и для всех желающих, каждую неделю там проводятся экскурсии, научно-популярные лекции, к тому же, садоводылюбители могут приобрести там саженцы редких растений. Второй была названа Зональная научная библиотека, которая так же является объектом не только научно-популярного, но и исторического туризма, так как здание библиотеки ранее было особняком известного в Ростове-на-Дону купца Н.Е. Парамонова. Еще одним известным местом является музей истории ЮФУ, так как именно там проходит много университетских мероприятий. Остальные объекты значительно менее известны среди студентов университета и, скорее всего, известны именно обучающимся в данных подразделениях. Например, про учебнокриминалистический полигон знают студенты юрфака, а про безэховую камеру обучающиеся в институте радиотехнических систем и управления.

Логично было следующим вопросом уточнить, а какие объекты заинтересовали обучающихся, и они готовы были их посетить (рис. 3).

На данный вопрос ответы были не столь однозначными, по сравнению с предыдущим. Наибольший интерес вызвали учебно-криминалистический полигон, естественно-научный музей, ресурсный центр Института компьютерных технологий и безопасности Южного федерального университета (кластер «Кремниевое Лукоморье»), безэховая камера, учебная астрономическая обсерватория. Безусловно, остальные объекты тоже не остались без внимания, в связи с чем, было решено проработать несколько маршрутов, которые бы отличались разной тематической направленностью и в полной мере удовлетворяли бы запросам потенциальных туристов.

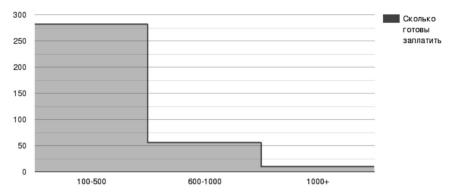


Рисунок 4. Сколько туристы готовы заплатить за экскурсию по объектам научно-популярного туризма

Безусловно, большинство путешествий, которые реализуются в рамках проекта студенческого туризма и предоставляются в формате «от студента к студенту», они бесплатны. Однако, популяризация науки и научно-популярного туризма дает возможность задуматься о монетизации маршрутов, в связи с чем был задан вопрос о том, сколько туристы готовы заплатить за экскурсию по таким объектам (рис. 4).

Большинство опрошенных готово заплатить сумму от 100 до 500 рублей за экскурсию. По данным сайта Sputnik [13] средний чек на обзорную экскурсию по Ростову-на-Дону колеблется в пределах от 600 до 1000 руб. с опытными гидами-экскурсоводами. В связи с чем, есть необходимость проработать маршрут таким образом, чтобы у туристов появилось желание заплатить больше, ведь в рамках экскурсии гости смогут не только послушать про историю университета, но и прикоснуться к экспонатам лаборатории, научным объектам, а также задать интересующие их вопросы преподавателям и научным работникам ВУЗа, ведь в каждой лаборатории есть ответственные лица, готовые делиться информацией.

Еще один заданный вопрос касался особенности проведения экскурсии, ведь сегодня экскурсоводы предлагают различные варианты представления информации — от классической экскурсии до иммерсивных мероприятий и театрализованных шоу. Респонденты выбрали в качестве приоритетных, экскурсию в виде квеста (14,5 % и 21,6 %), а также классическую экскурсию (17,3 % (рис. 5).

Хотелось бы заметить, что многие респонденты отмечали, что было бы неплохо комбинировать стили, т.е. не все время



Рисунок 5. **Формат проведения экскурсии**

в формате лекции, а с включением аудитории в процесс (вопросы, викторины, конкурсы, загадки и т.п.).

Также, стоит подчеркнуть тот факт, что приоритетным будет процесс проведения экскурсии самими студентами и молодыми учеными, работающими на объектах научно-популярного туризма, так как основная целевая аудитория туристов, путешествующих по программе студтуризм или планирующих к посещению объекты научно-популярного туризма — это студенты, выпускники, молодые ученые-исследователи и аспиранты, т.е. лица, заинтересованные в конкретных направлениях и способах исследования, обмене данными и опытом.

Именно анализ целевой аудитории дал возможность ответить на вопрос о процессе формирования туристических маршрутов. Объекты Южного федерального университета были объединены в маршруты по территориальному расположению самих объектов, а также их специфики, так появились следующие маршруты:

- 1. ЮФУ исторический с посещением музея истории университета, зональной библиотеки, Северо-Кавказского научного центра высшей школы, где расположен археологический музей ЮФУ, а также кабинет Ю.А. Жданова и криминалистический полигон:
- 2. ЮФУ естественно-научный с посещением крупнейшего ботанического сада, минералогического музея и кирпичной библиотеки;
- 3. *ЮФУ космический* с увлекательной экскурсией в обсерваторию университета;
- 4. ЮФУ технический с выездом в инженерно-технологическую академию ЮФУ в г.Таганроге, где туристы посетят политехнический музей ЮФУ, научно-образовательный центр «Нанотехнологии» Южного федерального университета, ресурсный центр Института компьютерных технологий и безопасности Южного федерального университета (кластер «Кремниевое Лукоморье»), безэховую комнату, научно-исследовательский институт робототехники и процессов управления Южного федерального университета.

К тому же, маршруты можно трансформировать под запросы конкретных туристских групп и организовывать уникальные экскурсии.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог проведенному исследованию, хотелось бы отметить некоторые выводы и рекомендации, которые были получены в процессе подготовки туристских маршрутов для студентов и молодых ученых.

- 1. Важно организовать доступность всех объектов научно-популярного туризма на уровне ВУЗа или даже на федеральном уровне, так как многие лаборатории или научно-исследовательские центры закрыты в выходные дни или периоды летних отпусков, как раз тогда, когда ожидается основной поток туристов.
- 2. Согласовать маршруты в ВУЗе один раз и не запускать для каждой группы новые служебные записки и «длинные» согласования, только если это не режимные объекты. Для организации массовых экскурсий и увеличения частоты посещения объектов важно, чтобы о программе посещений были осведомлены все ее потенциальные участники, а также назначен единый координационный центр, который будет собирать запросы от туристов и формировать

программу их приема. Для этого отлично подойдут группы в контакте или telegram-каналы, а также информационный раздел о программе на сайте университета.

- 3. Процесс проведения экскурсии должен быть организован в формате «от студента к студенту», т.е. именно обучающиеся должны принимать своих коллег из других университетов, показывать им свои разработанные маршруты, лаборатории и центры, которыми владеет Южный федеральный университет. Для этого, студенты, обучающиеся по направлению «туризм» должны подготовить план проведения экскурсии, отыскать интересные факты об объектах и протестировать свои маршруты.
- 4. Экскурсии по лабораториям, научным центрам, специфическим объектам, безусловно, должны проводить сотрудники данных лабораторий. Однако, необходимо разработать план экскурсии таким образом, чтобы осветить все самые важные аспекты, связанные с объектом, при этом рассказ строился на понятном языке, без обилия сложных терминов, так как не все экскурсанты являются профессионалами в данной области, некоторым гуманитариям может быть интересна техника.
- 5. Экскурсии должны иметь возможность трансформироваться и подстраиваться под запросы экскурсантов. В таком случае маршрут будет строиться вокруг одного ключевого объекта, который и станет в итоге главной «изюминкой» маршрута.
- 6. Участие в программе студтуризма и научно-популярного туризма должно быть возможны круглый год. В настоящее время многие ВУЗы партнеры программы принимают туристов только в летний период, что значительно усложняет процедуру приема, так как многие лаборатории закрыты из-за отпусков сотрудников, а студенты проходят практику и тоже не могут организовать экскурсии. Круглогодичная программа решила бы большое число вопросов именно с точки зрения посещения объектов научно-популярного туризма.

Развитие студенческого и научно-популярного туризма в коллаборации должно дать, безусловно, положительные эффекты. Студенты являются самыми активными путешественниками, их любознательность и желание познавать гораздо выше, чем у иных категорий путешествующих людей. С учетом возможностей, которые предоставляет программа студтуризм, а именно, большие скидки на проживание в кампусах университетов, в совокупности с льготным проездом в железнодорожном или автотранспорте, данная программа будет

весьма востребована, главное, преодолеть некоторые барьеры, возникшие при первом апробировании маршрутов.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Пономарева И.Ю. Исторические предпосылки развития научно-популярного туризм в Тульской области / И.Ю. Пономарева, В.Ю. Савинов // Российские регионы: взгляд в будущее. 2022. Т. 9. № 3–4. С. 64–74.
- 2. Баранова А.Ю. Научно-популярный туризм: структура и методы финансирования / А.Ю. Баранова // Управленческий учет. 2022. № 4—2. С. 237—243.
- 3. Баранова А.Ю. Развитие науки на курортах: научно-популярный туризм: монография / А.Ю. Баранова // Инновационное развитие науки: фундаментальные и прикладные проблемы / Э.А. Аламанова, Л.П. Андрианова, А.Ю. Баранова [и др.]. Петрозаводск: Новая Наука, 2022. С. 344—361.
- 4. Крылова Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России / Е.А. Крылова // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 5. С. 1829—1848.
- 5. Воробьев Н.С. Формирование здорового образа жизни студенческой молодежи через туризм // Наука-2020. 2020. № 4 (40). С. 121—126.
- 6. Иванова С.А. Студенческий туризм как форма международного сотрудничества высших учебных заведений / С.А. Иванова, И.М. Ноговицын // Приоритеты в современном естественнонаучном образовании: проблемы и перспективы: материалы всероссийского научно-образовательного форума с международным участием (г. Якутск, 22 ноября 2021 26 ноября 2021 г.): сборник тезисов / редакторы: О.М. Кривошапкина, М.П. Андреева, Р.П. Софронов [и др.]; ответственный редактор К.Е. Егорова. Якутск: Издательский дом СВФУ, 2021. С. 332—338.
- 7. Ханина А.В. Современный студенческий туризм: особенности и перспективы развития / А.В. Ханина // Сервис в России и за рубежом. 2022. Т. 16. № 4 (101). С. 18—27.
- 8. Харьковская Е.В. Студенческий туризм как фактор развития сельского туризма / Е.В. Харьковская, С.Н. Харьковский // Роль науки в удвоении валового регионального продукта: материалы XXV Международной научно-производственной конференции (г. Майский, 26—27 мая 2021 г.): сборник тезисов. В 2 томах. Т. 2 / члены редакционной коллегии: А.Ф. Дорофеев, А.В. Акинчин, Д.В. Дронов [и др.]; председатель редакционной коллегии С.Н. Алейник. Майский: Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина, 2021. С. 314—315.
- 9. Рогалева Н.Л. Развитие студенческого экологического туризма в камчатском крае / Н.Л. Рогалева Повышение конкурентоспособности социально-экономических систем в условиях трансграничного сотрудничества регионов: материалы IX международной научно-практической конференции (г. Ялта, 05—08 апреля 2022 г.): сборник научных статей / члены редакционной коллегии: А.А. Дорофеева, Д.А. Мардар, С.В. Архипова; ответственный редактор А.В. Олифиров. Симферополь: Типография «Ариал», 2022. С. 147—149.
- 10. Программа молодежного и студенческого туризма. URL: https://xn--d1agcrrehbhc. xn--p1ai/?ysclid=livlhdikok952904046 (дата обращения 14.06.2023).
- 11. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/78/4/bdf61971_4.pdf (дата обращения 14.06.2023)
- 12. Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма. URL: https://scienceid.net/upload/tourism document/da/6/cfe4a3ef 6.pdf (дата обращения 14.06.2023)
- 13. Экскурсии по Ростову-на-Дону: 82 экскурсии по городу на июнь-июль 2023 года. URL: https://www.sputnik8.com/ru/rostov-na-donu (дата обращения 14.06.2023)

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-43-49

Значение консалтинговых услуг для формирования и развития инновационной экономики

The significance of consulting services for the formation and development of innovative economy

Васина Елена Вячеславовна,

д.э.н., директор СПб ГБПОУ Петровский колледж, г. Санкт-Петербург **E-mail:** director@petrocollege.ru

Куликов Алексей Витальевич,

преподаватель СПб ГБПОУ Петровский колледж, г. Санкт-Петербург, соискатель, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург **E-mail:** a.kulikov@petrocollege.ru

Elena Vasina.

Doctor of Economics, Director of St. Petersburg Petrovsky College, St. Petersburg

Kulikov Alexey,

Lecturer, St. Petersburg Petrovsky College, St. Petersburg, Competitor of the Department of Economics and Management in the Service Sector, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

Аннотация. В статье охарактеризовано влияние инновационных преобразований на сферу консалтинга и трансформацию условий функционирования субъектов управления на его рынке. Следует признать, что ключевой цифровой инновацией, оказывающей влияние на последующее развитие рынка консалтинга, следует признать искусственный интеллект, который, во многом, способен заменить услуги консалтинговых организаций в будущем. В связи с этим весьма актуальным становится тот факт, что развитие систем искусственного интеллекта и обеспечение свободного доступа к нему со стороны предпринимательских структур, может создать потенциальную опасность для рынка консалтинга в среднесрочной перспективе. В связи с выше сказанным в статье были поставлены следующие задачи: проанализировать развитие цифровых инноваций в контексте влияния на рынок консалтинга в РФ; оценить трансформацию функций консалтинга в условиях инновационной экономики, охарактеризовать влияние консалтинга на интенсификацию инновационной деятельности в контексте определения потенциальной роли консалтинговых организаций в реализации государственной поддержки предпринимательского сектора в рамках Федерального проекта «Искусственный интеллект».

Ключевые слова: инновационная экономика, рынок консалтинговых услуг, цифровые технологии, искусственный интеллект, стратегии развития в условиях нового технологического уклада.

JEL codes: L84, 03

Abstract. The article characterizes the impact of innovative transformations on the sphere of consulting and the transformation of the conditions for the functioning of management entities in its market. It should be recognized that the key digital innovation that has an impact on the subsequent development of the consulting market should be recognized as artificial intelligence, which, in many respects, is able to replace the services of consulting organizations in the future. In this regard, it becomes very relevant that the development of artificial intelligence systems and the provision of free access to it by business structures can create a potential danger for the consulting market

in the medium term. In connection with the above, the following tasks were set in the article: to analyze the development of digital innovations in the context of the impact on the consulting market in the Russian Federation; to evaluate the transformation of consulting functions in the conditions of an innovative economy, to characterize the impact of consulting on the intensification of innovative activity in the context of determining the potential role of consulting organizations in the implementation of state support for the business sector within the framework of the Federal Project "Artificial Intelligence".

Keywords: innovative economy, consulting services market, digital technologies, artificial intelligence, development strategies in a new technological order.

1. РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ В КОНТЕКСТЕ ВЛИЯНИЯ НА РЫНОК КОНСАЛТИНГА В РФ

Одним из перспективных направлений использования консалтинговых услуг в условиях современного ведения предпринимательской деятельности является использование их научно-методического и практического потенциала для формирования и развития инновационной деятельности бизнес-структур. Данная проблема получает особенную актуальность в условиях влияния различных факторов и условий, которые определяют механизмы и методы проектирования и выработки стратегии консалтинговой организации в условиях инновационного развития конкретной организации или предприятия. Данная проблематика развития рынка консалтинговых услуг нашла свое отражение в достаточно большом количестве современных научных источников (например, [1-5] и т.д.). Отдельное внимание также необходимо уделить четкой взаимосвязи стратегии развития российского рынка консалтинга и принципиальных подходов к реализации Стратегии научнотехнологического развития Российской Федерации [6]. Вместе с тем, по нашему мнению, весьма важным является оценка влияния конкретной инновации или нового цифрового решения на рынок консалтинга в РФ.

Ключевой цифровой инновацией, оказывающей влияние на последующее развитие рынка консалтинга, следует признать искусственный интеллект, который, во многом, способен заменить услуги консалтинговых организаций в будущем. Так, в 2021 году частные инвестиции в ИИ выросли вдвое по сравнению с 2020 годом и составили около 93,5 млрд долл. Лидером по объему инвестиций в 2021 году ста-

ли США — 52,9 млрд долл. (3,8 трлн руб.), на втором месте Китай — 17,2 млрд долл. (1,3 трлн руб.), далее EC = 6,42 млрд долл. (471 млрд руб.), Великобритания — 4,65 млрд долл. (341 млрд руб.) и Израиль — 2,4 млрд долл. (176 млрд руб.). По количеству профинансированных компаний ИИ в 2021 году лидируют США — 299, далее Китай — 119, EC = 106, Великобритания — 49 и Израиль — 28 соответственно [7].

В России развитие данной инновации регламентировано Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» [8], в рамках которого утверждена Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года и функционирует федеральный проект «Искусственный интеллект» [9]. В рамках данных нормативных документов предполагается достижение следующих показателей развития данного рынка (таблица 1).

Как видно из приведенных примеров области использования искусственного интеллекта весьма широки — от процесса оказания медицинских услуг населению (Суб-СЦТ «Компьютерное зрение») до возможности принятия централизованных управленческих решений при реализации крупных федеральных и региональных проектов (Суб-СЦТ «Рекомендательные системы и интеллектуальные системы поддержки принятия решений»). Кроме того, необходимо обратить внимание на предполагаемый значительный темп внедрения данных инновационных программ, практически по всем из них запланирован двухкратный рост показателей общей капитализации рынка.

Из представленного примера становится очевидно, что консалтинговые организации должны учитывать влияние инновационного развития экономиче-

Таблица 1 Размер российского рынка решений в сфере искусственного интеллекта, млрд рублей [4]

Наименование программы развития	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Рынок решений в сфере ИИ	71,7	107,2	160,1
Суб-СЦТ «Компьютерное зрение»	29,3	42,1	60,5
Суб-СЦТ «Обработка естественного языка»	19,3	24,1	30,2
Суб-СЦТ «Рекомендательные системы и интеллектуальные системы поддержки принятия решений»	35,4	48,6	65,9
Суб-СЦТ «Распознавание и синтез речи»	2,2	2,7	3,5

ской системы и максимально оперативно реагировать на происходящие изменения с целью сохранения существующих позиций на рынке отечественного консалтинга и непосредственного внедрения различных инновационных цифровых технологий для обеспечения устойчивого экономического роста даже в кризисных ситуациях.

2. ТРАНСФОРМАЦИЯ ФУНКЦИЙ КОНСАЛТИНГА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Влияние консалтинговых услуг на инновационные преобразования в экономической системе необходимо рассматривать, прежде всего, с точки зрения трансформации функций консалтинга и их существенных изменений в контексте целесообразности обеспечения инновационной деятельности современных предприятий и организаций с целью повышения эффективности их производственно-хозяйственной деятельности, даже в условиях экономического кризиса. Главной функцией консалтинга и, собственно, основной первопричиной появления консалтинговых услуг как отдельного сегмента сервисной экономики является оказание консультаций в рамках сбора, обработки и предоставления клиенту определенной информации или информационных источников данных, с помощью которых клиент консалтинговой компании мог бы усовершенствовать свою деятельность, прежде всего за счет перераспределения имеющихся ресурсов. Первоначально консалтинговые услуги предоставляли ту информацию, которую невозможно было бы получить предприятием в открытом доступе и собственно цена консалтинга как раз и определялась значимостью информации для конкретного потребителя. В условиях развития информатизации и появления глобальных сетей изменилась и данная функция консалтинга. Только набор информационных данных уже не удовлетворяет клиента, а готовность оплаты консалтинговых услуг заключается в возможности адаптации полученной информации к условиям клиента. На современном этапе развития рынка консалтинг, все еще, используется для формирования стратегий развития предприятий, перехода на новые виды деятельности, не свойственные данному предприятию ранее, выхода на новые рынки и т.д.

Вместе с тем, активное внедрение инноваций, прежде всего искусственного интеллекта, позволит не только ускорить процесс выработки рекомендаций, но и сформировать более широкий набор вариантов по сравнению с традиционным подходом к консалтингу, когда клиенту предлагается несколько возможных вариантов решения проблемы. Искусственный интеллект в большей степени ориентирован на разработку адаптивных сценариев для конкретного предприятия в условиях как стабильного рынка, так и кризисных явлений в краткосрочном временном интервале, что позволяет повысить значимость консалтинга как инструмента решения текущих проблем предпринимательских структур. Еще одним преимуществом использования искусственного интеллекта можно обозначить отсутствие влияния психологических факторов при принятии управленческих решений как на уровне предприятия, так и на уровне самой консалтинговой организации. Несмотря на наличие корпоративной этики и правил организации процедур консалтинга, вероятность возникновения внештатных ситуаций и принятия непра-

вильных решений в связи с человеческим фактором остается весьма высока, особенно в условиях отдельных направлений и видов консалтинга. Например, финансовый консалтинг изначально тесно связан с позицией конкретного делового аналитика, участвующего в формировании необходимых рекомендаций по инвестированию средств в те или иные проекты или инвестиционные программы. Кроме того, возможности искусственного интеллекта в процессе осуществления консалтинговой деятельности позволяют учитывать достаточно большое количество факторов различной природы, что также благотворно влияет на процесс адаптации анализируемого предприятия к новым условиям. Важно, также в условиях использования инноваций, отметить необходимость четкого целеполагания клиентов и их ориентацию на достижение заявленных, а не фактических целей. Таким образом, искусственный интеллект в сфере консалтинга не снижает уровень ответственности как самой консалтинговой организации, так и предприятия-клиента в достижении эффективности принимаемых и реализуемых управленческих решений, что соответствует общим принципам и методическим подходам современного стратегического менеджмента [10].

Вместе с тем, развитие систем искусственного интеллекта и обеспечение свободного доступа к нему со стороны предпринимательских структур, может создать потенциальную опасность для рынка консалтинга в среднесрочной перспективе. В качестве инструментов возможного противодействия данной угрозе консалтинговые организации, в качестве конкурентных преимуществ искусственному интеллекту, могут предложить:

- детальный сбор первичной информации с привлечением профессиональных сотрудников консалтинговой организации,
- определение критериев эффективности и результативности полученных сценариев развития,
- внесение оперативных изменений в систему функционирования искусственного интеллекта в зависимости от пожеланий заказчика и т.д. [11] Однако, в данном случае определяющим будет фактор разницы между ценой на консалтинговые услуги и затратами на исполь-

зование собственных или арендуемых систем искусственного интеллекта. Это, в свою очередь, приведет к необходимости оптимизации статей затрат консалтинговой организации и изменении возможной организационной структуры в пользу более адаптивных вариантов управления.

Ещё одной важной функцией консалтинга, как и в условиях классической экономической системы, так и в современной инновационной экономике, является посредническая функция, которая указывает на то, что консалтинговая организация обеспечивает взаимодействие предприятия-клиента с возможными участниками внешней среды, которые были бы полезны для данного субъекта рынка с точки зрения как ведения основной бизнес-деятельности, так и с точки зрения продвижения и позиционировании себя на том или ином рынке. В условиях активного внедрения инноваций на рынке консалтинговых услуг данная функция, несомненно, сохранится, но также, скорее всего, претерпит определенные видоизменения. Использование искусственного интеллекта позволит снизить влияние человеческого фактора, интуитивного поведения и метода принятия единоличных решений при выборе стратегических партнеров для предприятия — клиента консалтинговой организации. Вместе с тем, несмотря на принятые решения искусственным интеллектом, окончательные действия остаются за непосредственным заказчиком консалтинговой услуги, что может привести к диаметрально противоположным результатам и снизить уровень эффективности исполнения анализируемой функции консалтинга в условиях инновационной экономики. Кроме того, необходимо учитывать, что автоматизированное исполнение посреднической функции консалтинга приведет к постепенному переходу от экстенсивного пути, предполагающему максимизацию связей с субъектами внешней среды в ожидании получения возможного дохода или другого вида преференций, к интенсивному варианту действий, направленному на сохранение и последующее развитие отношений с ограниченным кругом стейкхолдеров во внешней среде, выбранных на основе деятельности систем искусственного интеллекта. Также как и в предыдущем случае, можно говорить

о наличие угроз для рынка консалтинга со стороны инновационных технологий, однако, посредническая деятельность, в больше степени нежели консультационная, предполагает непосредственное участие человеческого капитала в решении определенных проблем, связанных в том числе с этикой делового общения и построением рациональных межкультурных коммуникаций.

Инновационное развитие консалтинга также очень тесно связано с ещё одной из его классических функций — научной функцией, которая связана с передачей информации о различных достижениях в области науки и техники для предприятий-клиентов с целью потенциального интереса и повышения их инновационной активности. На самом деле, данная функция весьма важна, так как современная практика показывает, что далеко не все предприниматели в полной мере владеют информацией о тех изменениях, которые происходят в отраслях и сферах экономической деятельности. В условиях перехода к инновационной экономике можно говорить не только о сохранении данной функции, но и об ее усилении посредством появления новых технологий распространения информации, которые позволят повысить уровень доступа к инновациям. Вместе с тем, реальная эффективность реализации данной функции возможна только в определенных условиях:

- разработка и внедрение программ по стимулированию, со стороны государства, предпринимательского сектора к инновационной активности как с точки зрения разработки инноваций, так и с точки зрения их активного внедрения,
- усилия самого предпринимательского сектора к внедрению инноваций и к поиску возможной информации об этих инновациях посредством привлечения консалтинговых организаций.

В случае отсутствия этих двух составляющих либо наличия низкого уровня их взаимосвязи, эффективность данной функции в условиях инновационной экономики будет достаточно низкая.

Не менее важную роль в осуществлении консалтинговой деятельности играет и исследовательская функция данной категории услуг. Проведение исследований является неотъемлемой частью консалтинга и в современных

условиях внедрения инноваций. По нашему мнению, инновационный процесс сможет обеспечить ускоренный характер проведения исследований, прежде всего маркетингового характера, а также позволит увеличить объем выборки предполагаемых респондентов. В данном случае в рамках совершенствования процесса оказания консалтинговых услуг могут выступить технологии больших данных, способные генерировать значительные объемы информации, осуществлять быстрые поисковые решения и предлагать определенные аналитические варианты в рамках решения поставленной цели или обозначенной проблемы.

Таким образом, становятся очевидным коренные изменения в функциях реализации консалтинговых услуг, которые могут привести как к повышению экономической эффективности бизнесдеятельности на рынке консалтинга, так и создать значительные проблемы для консалтинговых организаций в случае потеря контроля над распространением инноваций и отсутствием адаптивных стратегий диверсификации консалтинговой деятельности в новых цифровых экономических условиях.

3. ВЛИЯНИЕ КОНСАЛТИНГА НА ИНТЕНСИФИКАЦИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Однако, несмотря на очевидное влияние инновационных преобразований на сферу консалтинга и трансформацию условий функционирования субъектов управления на его рынке, необходимо отметить и непосредственный вклад консалтинговых организаций в развитие цифровой экономики и процесса инновационной деятельности в различных секторах национальной и мировой экономики. Среди наиболее значимых вариантов участия консалтинговых организаций в процессе интенсификации инновационной деятельности в российской экономике можно отметить их информационно-аналитическую, научно-образовательную и исследовательскую поддержку предпринимательских структур, участвующих в реализации национальных проектов, связанных с внедрением инноваций и их распространением в российской экономике. Еще одно важное направление развития

Таблица 2 Потенциальная роль консалтинговых организаций в реализации государственной поддержки предпринимательского сектора в рамках Федерального проекта «Искусственный интеллект» (составлено на основании [12])

Инструмент государственной поддержки	Примеры технологических задач, для которых может быть использован данный инструмент	Потенциальное участие консалтинговых организаций
Грантовая поддержка малых предприятий	 поддержка коммерциализации проектов по пониманию образов с учетом контекста и сигналов из нескольких источников, поддержка коммерциализации проектов по гибридным системам компьютерного зрения 	 информационно-аналитическая поддержка малого бизнеса в подготовке заявки на получение гранта, участие в выполнении НИОКР малого бизнеса, консалтинговая помощь в формировании итоговой отчетности и презентации полученных результатов в соответствии с требованиями технического задания и т.д.
Поддержка разра- ботки и внедрения промышленных решений	-поддержка коммерциализа- ции проектов по детекции и идентификации субъектов в сложной окружающей среде, например, для систем охраны и обеспечения безопасности, и для использо- вания в других сферах	— участие в формировании стратегий развития систем искусственного интеллекта применительно к условиям конкретного предприятия или организации, принимающего участие в Федеральном проекте «Искусственный интеллект», — проведение внешнего аудита с точки зрения целесообразности вложения средств в системы искусственного интеллекта и наличия признаков возможных коррупционных действий при внедрении инноваций и т.д.
Поддержка региональных проектов	— поддержка внедрения проектов по высокоскоростной идентификация большого количества объектов в различных частях электромагнитного спектра, например, для обеспечения безопасности и сбора данных о городском трафике и их анализа и т.д.	— участие в деятельности инновационных промышленных кластеров, технологических парков и т.д. в рамках исполнения научно-образовательной и исследовательской функции консалтинга, — формирование экспертных предложений по региональному развитию систем ИИ на уровне саморегулирующих организаций и т.п.
Поддержка путем субсидирования процентной ставки по кредиту	 поддержка компаний в сфере создания систем анализа и фильтрации получаемой информации на основе искусственного интеллекта, поддержка компаний в сфере распознавания ошибок, слэнга и аббревиатур, например, для улучшения текущих решений (чат-боты, ассистенты и т. д.) 	— посредническая функция консалтинга, связанная с обеспечением взаимосвязи предпринимательских структур, участвующих в исполнении Федерального проекта и потенциальных финансово-кредитных организаций, в том числе с точки зрения подготовки необходимой документации и подтверждающих документов для реализации права на субсидирование процентной ставки по кредиту

консалтинговых услуг в инновационной экономике можно признать их участие в формировании рынка новых профессий цифровой экономики. В данном случае можно говорить о нескольких вариантах участия консалтинговых организаций в данном организационно-экономическом процессе:

участие консалтинговых организаций, прежде всего с точки зрения

выполнения экспертной функции, в разработке основной нормативно-правовой документации, которая регламентировала бы новые профессии с точки зрения их адаптации к существующим нормам и требованиям российского законодательства,

— участие консалтинговых организаций в реализации уже конкретных мероприятий по внедрению и распространению определённых новых профессий

на рынке труда применительно к особенностям не только отрасли, но, в большей степени, отдельного предприятия или фирмы с целью получения устойчивого дохода от ведения предпринимательской деятельности,

— непосредственное внедрение инноваций и цифровых технологий в деятельность консалтинговых организаций, которое приведет к значительным изменениям как в *организационной структуре, так и в технологии оказания консалтинговых услуг физическим и юридическим лицам.

В качестве практического примера рассмотрим варианты возможного участия консалтинговых организаций в рамках реализации инициатив Федерального проекта «Искусственный интеллект» [9]. В таблице 2 представлены формы поддержки со стороны органов государственной власти гражданских инициатив в рамках создания и развития программ искусственного интеллекта, а также указывается потенциальная роль консалтинговых организаций в каждом конкретном случае.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о двойственном влиянии инновационного развития на рынок консалтинговых услуг. С одной стороны, консалтинговые организации вынуждены принимать весьма сложные и затратные решения относительно необходимости адаптации к новым условиям, с другой стороны появление цифровых технологий формирует новые точки роста для российского консалтинга.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Анисимова Е.В. Перспективы развития рынка консалтинговых услуг в Российской Федерации / Е.В. Анисимова // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2021. № 1–1. С. 283–286.
- Мальцева Е.С. Консалтинговые услуги в России и практический опыт организаций / Е.С. Мальцева, А.Б. Оришев // Бизнес и дизайн ревю. 2022. № 3 (27). С. 77—90.
- 3. Петрушевский Ю.Л. Консалтинговые и аутсорсинговые услуги как фактор роста эффективности бизнеса / Ю.Л. Петрушевский // Торговля и рынок. 2023. № 1 (65). С. 82—91.
- 4. Руденко Е.А. Роль консалтинга в современной экономике / Е.А. Руденко // Научные революции как важнейшее обстоятельство развития науки и техники : материалы Международной научно-практической конференции (г. Уфа, 17 ноября 2022 г.) : сборник научных статей / ответственный редактор А.А. Сукиасян. Стерлитамак : ОМЕГА САЙНС, 2022. С. 82—84.
- Севастьянова О.В. Управленческий консалтинг: основные тенденций развития / О.В. Севастьянова, А.А. Якушев // Инновационное развитие экономики. 2020. № 4-5 (58-59). С. 195-203.
- 6. Указ Президента РФ от 01.12.2016 № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации". URL: https://www.consultant.ru/document/ cons doc LAW 207967/ (дата обращения: 17.05.2023).
- 7. Каспарьянц Д. Обзор доклада Стэнфордского института «Индекс искусственного интеллекта 2022» / Д. Каспарьянц // Научно-технический центр «ГРЧЦ». 2022. 05 марта.
- 8. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 № 490 "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации". URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201910110003 (дата обращения 19.05.2023)
- 9. Федеральный проект «Искусственный интеллект». URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/fed_proekt_iskusstvennyy_intellekt/ (дата обращения 19.05.2023).
- 10. Петров А.Н. Современная модель стратегического менеджмента / А.Н. Петров // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. № 1–1 (103). С. 12–20.
- 11. Искусственный интеллект. Индекс 2021 г.: альманах. Аналитический сборник № 10 / редактор И. Пивоваров. МФТИ, 2022. 71 с. URL: https://letaibe.media/wp-content/uploads/2022/04/indeks-ii-2021.pdf (дата обращения 19.05.2023).
- 12. Дорожная карта развития «сквозной» цифровой технологии «Нейротехнологии и искусственный интеллект». URL: https://digital.gov.ru/uploaded/files/07102019ii.pdf (дата обращения 19.05.2023).

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-19-3-50-56

Особенности организационно-экономического механизма предоставления консалтинговых услуг в условиях неопределенности

Features of the organizational and economic mechanism for the provision of consulting services under uncertainty

Волошинова Марина Владимировна,

к.э.н., доцент, заместитель заведующего кафедрой экономики и управления в сфере услуг, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

E-mail: voloshinova@unecon.ru

Кондрашов Николай Александрович,

аспирант, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия **E-mail:** maxyelkin96@gmail.com

Marina Voloshinova.

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

Nikolay Kondrashov,

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

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования организационно-эконо-мического механизма предоставления консалтинговых услуг в новых экономических условиях. Важным методическим аспектом развития и трансформации рынка консалтинговых услуг следует признать необходимость выработки наиболее эффективного организационно-экономического механизма предоставления консалтинговых услуг в соответствии с определенными критериями. В связи с этим весьма актуальным, с научной точки зрения, становится определение особенностей оказания консалтинговых услуг в условиях стратегического развития российских предприятий и разработка организационно-экономического механизма предоставления консалтинговых услуг в условиях неопределенности. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: охарактеризовать современные тенденции и особенности формирования и развития рынка консалтинговых услуг в условиях ухудшения социально-экономической ситуации и изменения рыночной конъюнктуры; обосновать основные системные элементы организационно-экономического механизма предоставления консалтинговых услуг и выявить их взаимосвязи.

Ключевые слова: управленческий консалтинг, рынок консалтинговых услуг, организационно-экономический механизм, стратегическое развитие предприятий, сервисная экономика, условия неопределенности.

JEL codes: L84

Abstract. The article discusses the features of the formation of the organizational and economic mechanism for the provision of consulting services in the new economic conditions. An important methodological aspect of the development and transformation of the consulting services market should

be recognized as the need to develop the most effective organizational and economic mechanism for the provision of consulting services in accordance with certain criteria. In this regard, from a scientific point of view, it is very relevant to determine the features of the provision of consulting services in the context of the strategic development of Russian enterprises and the development of an organizational and economic mechanism for the provision of consulting services in conditions of uncertainty. To achieve this goal, the following tasks were set: to characterize current trends and features of the formation and development of the consulting services market in the face of deteriorating socio-economic situation and changing market conditions; substantiate the main system elements of the organizational and economic mechanism for the provision of consulting services and identify their interrelations.

Keywords: management consulting, consulting services market, organizational and economic mechanism, strategic development of enterprises, service economy, conditions of uncertainty.

1. ВВЕДЕНИЕ

Важное место в формировании и росте рынка консалтинговых услуг занимают многофункциональные аспекты, связанные со стратегическим развитием организаций и предприятий. Именно стратегия является определяющим документом, на основе которого принимаются тактические и операционные решения и формируется ресурсная основа для обеспечения устойчивости и финансовой стабильности как на рынке продукции, так и в сфере услуг. При формировании подобного рода стратегии, прежде всего, необходимо учитывать ключевые нормативно-правовые акты, определяющие стратегическое развитие всей системы государственного регулирования национальной экономики (например, [1, 2, 3, 4] и т.д.). Однако, вопрос привлечения консалтинговых фирм к формированию стратегии любой организации является двойственным.

С одной стороны, далеко не все компании обладают финансовыми возможностями для обращения к консалтинговой фирме (например, в условиях малого и среднего бизнеса, при недостаточном уровне финансовой ликвидности, в случае первоначального выхода на рынок и отсутствия достаточных показателей выручки, в пределах до наступления срока окупаемости и т.д.), с другой стороны использование механизма управленческого консалтинга может привести к раскрытию ряда коммерческих тайн, а также получению таких выводов и рекомендаций, содержание которых будет противоречить позиции руководства компании или же самого собственника. По нашему мнению, обращение в консалтинговую компанию со стороны предприятия находится не только исключительно в сфере экономической мотивации, но имеет и социально-психологический контекст, который в большинстве случаев может оказаться главенствующим при принятии окончательного решения относительно целесообразности получения услуг управленческого консалтинга.

Отдельным функциональным вопросом следует рассматривать необходимость разработки и реализации стратегии для самой консалтинговой организации в контексте как использования собственной ресурсной базы, так и привлечения сторонних экспертов.

Значительный объем всех операций на рынке управленческого консалтинга как составной части рынка консалтинговых услуг касается самого существования, основных целей или миссии, бизнес-политики и стратегии, а также общего планирования, структурирования и контроля в отдельной организации в контексте учета временного фактора. В ряде научных источников [6, 7, 10, 11, 14] данные проблемы определяются как общее управление, но в современной литературе [5, 8, 9, 12, 13, 15] объективно соотносятся с понятием «корпоративной стратегии» или «стратегического менеджмента».

Такие мероприятия, как планирование и контроль производства, управление запасами, повышение качества и развитие персонала, а также лидерство и стиль управления, имеют решающее значение для успешной реализации корпоративной стратегии и часто являются объектом для оказания консалтинговых услуг сторонними организациями. Однако, стандарт-

ными сферами деятельности организации, в случае оказания консалтинговых услуг, чаще всего дело не ограничивается.

2. ОБЛАСТЬ И МЕТОДЫ ИССЛЕЛОВАНИЯ

Среди ключевых областей экономической деятельности, в рамках которых происходит оказание консалтинговых услуг с точки зрения стратегического развития организации следует отдельно отметить:

- 1. Отрицательные (недостаточные) результаты реализации существующей стратегии для развития бизнеса исходя как из объективных оценок производственно-хозяйственной деятельности, так и на основании субъективного мнения руководства или собственника. Наиболее распространённая причина обращения в консалтинговые агентства, решение которой может быть акцептовано за счет относительно стандартного набора управленческих решений при достаточном опыте и времени существования консалтинговой организации.
- 2 Наличие признаков кризисного состояния в организации. Фактически, консалтинговая организация привлекается для выработки и последующей реализации (контроля за реализацией) антикризисной стратегии предприятия в условиях наступления экономического кризиса.
- 3. Появление новых угроз и рисков для функционирования и стратегического развития предприятия. В качестве примера можно привести рост интереса к консалтинговым услугам во время кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекции и неготовностью многих предпринимательских структур к адаптационным действиям.
- 4. Выход на совершенно новые рынки, в том числе с точки зрения участия в экспортно-импортных операциях. Например, необходимость освоения рынков стран Африки у российских производителей вызывает дополнительный интерес к получению консалтинговых услуг.
- 5. Необходимость осуществления программ экологизации бизнеса как новая стратегия формирования дополнительной лояльности как российского, так и зарубежного клиента. При этом аспекты экологизации не ограничиваются исклю-

- чительно вопросами изучения требования экологического законодательства или исследования соответствия выпускаемой продукции требованиям отдельных государственных и корпоративных стандартов в области экологии.
- 6. Формирование программ развития организационной культуры и ее системных элементов.
- 7. Разработка программ корпоративной социальной ответственности с учетом современных экономических условий.

В настоящее время консультантов в области управленческого консалтинга весьма часто привлекают, когда модель развития компании существенно отклоняется от нормальной по целому ряду причин. Как правило, это сложные клиентские запросы с неопределенными шансами на успех, часто выполняемые в условиях нехватки времени, например, если организация-клиент уже испытывает серьезные финансовые трудности или считает, что она упустит исключительную возможность, если консультант потратит слишком много времени на анализ или на помощь в выявлении кандидатов для слияния или поглошения как части корпоративной стратегии развития. Аналогичные сложные задачи могут возникнуть в результате решения вопросов об: эффективной реорганизации, крупномасштабном аутсорсинге, отчуждении активов, сокращении штатов, изменении в структурах собственности, приватизации государственных компаний.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИССКУССИЯ

Важным методическим аспектом развития и трансформации рынка консалтинговых услуг следует признать необходимость выработки наиболее эффективного организационно-экономического механизма предоставления консалтинговых услуг в соответствии с определенными критериями. В научной литературе, посвященной вопросам функционирования и регулирования рынка консалтинговых услуг, частично затрагиваются вопросы с выбором и конструированием подобного рода организационно-экономического механизма. На основании анализа данной литературы и учитывая практические аспекты консалтинговой деятельности в

российских условиях можно обозначить основные составляющие данного механизма в соответствии с последовательностью его реализации, прежде всего со стороны заказчика:

- 1. Формирование потребности со стороны заказчика относительно необходимости обращения к консалтинговой организации. Появление спроса на консалтинговые услуги имеет ряд предпосылок, которые уже ранее упоминались в статье, однако, со стороны консалтинговой организации, в условиях стабильного функционирования экономической системы, весьма важным является использование современных механизмов и инструментов цифрового маркетинга и продвижения на рынке с целью стимулирования обращения для решения существующих проблем со стороны заказчика.
- 2. Поиск и подбор консалтинговой организации. На данном этапе, может быть, два ключевых варианта — обращение в консалтинговую организацию, которая уже предоставляла услуги предпринимательской структуре и зарекомендовала себя в качестве надежного поставщика услуг и поиск нового партнера на рынке. Первый вариант наиболее предпочтителен в условиях стабильно функционирующей экономики, когда возможно высокий уровень затрат на управленческий консалтинг может быть оправдан качеством оказанных услуг, их эффективностью в прошлом для компании и приемлемым сроком оказания услуг. Второй вариант может быть использован в разных экономических условиях, актуальность его выбора в условиях кризиса может быть обусловлена, как раз обратными стимулами по сравнению с первым вариантом поиском более дешевого варианта при одновременном сохранении требований к качеству и времени исполнения услуги. Также на выбор консалтинговой компании может влиять целый ряд прочих факторов, среди которых:
- особенности отраслевой направленности предприятия-заказчика (например, решение производственно-хозяйственных проблем в условиях станкостроения или пищевой промышленности),
- конкретный вид и направление консалтинга (например, различие между

- целями налогового и кадрового консалтинга),
- возможность использования механизма дистанционных технологий при взаимодействии с консалтинговой организацией.
- деловая репутация консалтинговой фирмы на рынке и среди бизнес-партнёров заказчика и т.п.
- 3. Формирование договорных отношений с консалтинговой организацией. После осуществления выбора конкретной консалтинговой организации необходимо обеспечить заключение договора на оказание услуг, в рамках которого были бы учтены права и обязанности каждой из сторон договора, порядок и последовательность финансирования, порядок и механизмы взаимодействия для получения необходимого объема информации, условия, при котором данное соглашение может быть расторгнуто как в досудебном порядке на основании добровольного решения сторон, так и в рамках подачи исковых заявлений и т.д. Отдельно в рамках договора могут быть учтены определённые дополнительные требования как со стороны заказчика (например, требования к опыту, квалификации и профессиональным компетенциям сотрудников консалтинговой организации и т.п.), так и со стороны консалтинговой организации (например, ответственность за несвоевременное предоставление информации от штатных сотрудников подразделений предприятия-клиента и т.д.). Отдельное внимание следует уделить формированию и обоснованию четкого технического задания, на основании которого будет происходить процесс проектирования и оказания консалтинговых услуг.
- 4. Планирование и реализация деятельности в рамках заключенного договора, государственного контракта или соглашения. В целом данный этап будет включать в себя такие ключевые составные части механизма как:
- оценку и формирование системы ограничений на основе мониторинга внутренней и внешней среды,
- формирование набора альтернативных вариантов для решения заявленной проблемы,

- отбор альтернативных сценариев для решения заявленной проблемы во взаимолействии с клиентом.
- создание итогового варианта решения проблемы и характеристика проектных действий по его реализации.

Каждый из представленных этапов может быть декомпозирован на более узкоспециализированные части, прежде всего, с точки зрения синхронизации взаимодействия заказчика и консалтинговой организации, а также поиска оптимального уровня затрат на их проведение.

5. Завершение договорных обязательств. На данном этапе происходит передача итоговых вариантов решения проблем от консалтинговой организации предприятию-заказчику. При этом данный этап может предусматривать такие формы как предоставление итоговой отчетности, формирование итоговой презентации для заказчика, обоснование приведенных в отчете решений в рамках открытых слушаний с представителями заказчика, привлечение сторонних экспертов для проведения объективной оценки полученных результатов на основании изучения предварительного технического задания и итогового отчета и т.д.

По итогам представленных выше процедур может быть окончательное закрытие договора и непосредственная оплата услуг консалтинговой организации как в полном объеме в соответствии с договором, так и суммы, отличающейся от прописанной в договоре. В определенных случаях выплаченная сумма может быть как меньше (например, в случае выявления и фиксирования нарушений в процессе оказания консалтинговых услуг со стороны заказчика), так и больше (например, в случае детального обоснования роста затрат на проведение процедур консалтинга из-за роста темпов инфляции и т.п.), указанной в договоре. Однако, необходимо принимать во внимание наличие ситуации, когда заказчик не будет в полной мере удовлетворен полученными результатами (например, в случае обнаружения ряда фактологических ошибок в рамках проведения процедуры диагностики со стороны консалтинговой организации) и потребует проведения дополнительных изыскательских работ со

стороны консалтинговой организации уже за ее счет. Такого рода варианты необходимо учитывать на стадии формирования договорных обязательств.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Организационно-экономический механизм предоставления консалтинговых услуг в условиях неопределенности имеет ряд отличий от стандартных схем и учитывает влияния фактора неопределенности, в том числе:

- 1. В условиях неопределенности организационно-экономический механизм предоставления консалтинговых услуг, в большей степени, ориентирован на запросы со стороны самой консалтинговой организации нежели чем на более расширенный вариант, который предусматривает центральное место для предприятия-клиента. Данное обстоятельство обусловлено следующим набором факторов, действие которых усиливается в условиях развития кризисных ситуаций и роста уровня неопределенности, в том числе:
- высоким уровнем риска для организации, которая предоставляет консалтинговые услуги с точки зрения принципиального разрыва договорных отношений с клиентом по целому ряду причин (от банкротства последнего до изменения внутриполитической ситуации в стране),
- ростом задержек по оплате оказанных услуг по сравнению с нормативными сроками (например, в связи с изменением источника финансирования и т.д.), что увеличивает уровень дебиторской задолженности организации и способствует снижению ее текущей ликвидности на рынке,
- снижением спроса на услуги консалтинговых организаций в связи с развитием кризисной ситуации в национальной экономики или падением уровня деловой активности, как это можно было наблюдать в условиях пандемии коронавирусной инфекции,
- необходимостью диверсификации кадрового обеспечения консалтинговой организации и т.д.
- 2. Наиболее выгодным вариантом для организаций сферы консалтинговых услуг является выстраивание постоянных партнёрских взаимоотношений с крупными

корпоративными клиентами или органами государственного управления в контексте исполнения требований государственного заказа, проведения мониторинга социально-экономических процессов и отдельных экономических субъектов, осуществления научно-прикладных исследований, проведения социологических опросов и т.д. наличие подобного рода действующих договорных отношений, как и активное участие в системе государственного заказа в качестве ответственного исполнителя могут обеспечить определенный уровень финансовой стабильности в условиях роста неопределенности.

- 3. Особое значение в условиях неопределенности приобретают параметры договора, в том числе государственного контракта, который в обязательном порядке заключается между сторонами в процессе оказания консалтинговых услуг. В условиях неопределенности каждый из пунктов договора должен быть строго регламентирован и должен учитывать вероятности возникновения определенных рисков, прежде всего, с точки зрения соблюдения интересов консалтинговой организации. Особое внимание в данном случае должно быть уделено вопросам финансирования услуг со стороны, порядка и сроков осуществления оплаты, требованиям к предоставляемым исследовательским материалам, итоговой презентации, структуре отчета по проделанной работе и т.д. Также, например в корпоративном договоре, следует особое место уделить процедуре взаимодействия с ответственными структурными подразделениями заказчика с целью снижения рисков необоснованных претензий со стороны заказчика. В условиях неопределенности, весьма возможно перенесение сроков оплаты и ее задержка по вине клиента, а в качестве обоснования может быть предложен вариант неэффективного взаимодействия консалтинговой организации со штатными работниками предприятия как причин для несоблюдения договорных обязательств.
- 4. Еще одним важным аспектом в условиях неопределенности следует признать необходимость перехода от одного альтернативного варианта решения проблемы, который предоставляется заказ-

чику в итоговом отчете и презентации к набору определенных сценариев, каждый из которых бы учитывал риски изменения ситуации в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Именно сценарный подход представляется оптимальным с точки зрения соблюдения уже интересов самого заказчика и сохранения деловой репутации консалтинговой организации, несмотря на повышение сложности и трудоемкости в процессе предоставления консалтинговых услуг. Особенно актуальным данное направление может стать в условиях появления новых угроз и рисков для функционирования предприятия, выход и освоение новых рынков в странах третьего мира, переориентация на производство инновационной продукции в условиях санкционного воздействия и т.д. С другой стороны, предоставление различных сценариев решения проблем или поиска новых вариантов развития помогут консалтинговой организации выполнить требование по достижению эффективности предлагаемых вариантов и снизить негатив со стороны клиента в случае недостаточной адаптированности одного варианта как итога выбора между альтернативами.

5. В условиях неопределенности консалтинговые организации в меньшей степени должны быть ориентированы на формирование и разработку конкретных стратегий развития предприятий-клиентов, в связи с последующими претензиями последних относительно качества и эффективности проведенных исследований и полученных результатов. Нестабильность экономической ситуации не способствует стратегическому развитию и переводит планирующие действия в область социально-экономического прогнозирования, что, скорее всего, отразится и на целях консалтингового проектирования.

Каждый из представленных этапов реализации организационно-эконо-мического механизма предоставления консалтинговых услуг в условиях неопределенности требует отдельных методических подходов к его реализации, а также проведения оценки эффективности принимаемых управленческих решений.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Федеральный закон «О промышленной политике в Российской Федерации» (№ 488-Ф3 от 31.12.2014 г.) в последней редакции. URL: www.consultant.ru/cons doc LAW 173119 (дата обращения 18.05.2023)
- 2. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в РФ» (ФЗ №39-ФЗ от 25.02.1999 г.) в последней редакции URL: http://docs.cntd.ru/document/gost-r-54599-2011 (дата обращения 24.05.2023).
- 3. Указ Президента РФ от 01.12.2016 № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons doc LAW 207967/ (дата обращения 11.05.2023).
- 4. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/41921(дата обращения 14.05.2023).
- 5. Гуляева О.А. Прогнозная оценка результативности стратегии развития производственно-экономической системы / О.А. Гуляева, А.Н. Мардас, Д.А. Мардас // Дискурс. 2016. № 2. С. 79–86.
- 6. Карпова Г.А. Перспективы развития экспорта туристских услуг в РФ / Г.А. Карпова, В.А. Ткачев // Актуальные проблемы развития сферы услуг: сборник научных трудов / под редакцией Ю.В. Долматеня, В.А. Ткачева. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. С. 133—138.
- 7. Кужева С.Н. Операционный консалтинг в управлении производством / С.Н. Кужева // Инновационная экономика и общество. 2020. № 2 (28). С. 8—15.
- 8. Логинова Н.А. Трансформация экономических отношений в условиях цифровой экономики / Н.А. Логинова // Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 3—2. С. 70—79.
- 9. Менеджмент: учебник. В 2 частях. Ч. 1 / Е.В. Песоцкая, О.В. Русецкая, В.В. Трофимов, Л.А. Трофимова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2017. 349 с.
- 10. Петров А.Н. Современная модель стратегического менеджмента / А.Н. Петров // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. № 1–1 (103). С. 12–20.
- 11. Растова Ю.И. Стратегическое управление современной организацией: эффект синергии концепций / Ю.И. Растова, М.А. Растов // Управленческие науки. 2018. Т. 8. № 3. С. 20—31.
- 12. Drucker P.F. The Practice Competitive of Management / P.F. Drucker. London: Pan, 1968. 58 p.
- 13. Graafland, J. Economics, Ethics and the Market: Introduction and Applications/ J. Graafland. Abingdon, New York: Routledge, 2007. 437 p.
- 14. Nadler, G. Breakthrough thinking: The seven principles of creative problem solving / G. Nadler, S. Hibino. Rocklin, CA, Prima Publishing, 1994. 432 p.
- 15. Porter, M. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility / M., Porter M. Kramer // Harvard Business Review. 2006. № 84 (12). P. 78–92.