

СЕРВИС В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

ISSN 1995-042X

Сетевой научный журнал

SERVICE

T. 13, No. 1(83)

2019

«Туристский бренд: лучшие практики - 2019»



www.tour-brand.ru

Миссия конкурса – показать наиболее продуктивный опыт туристского брендинга. Конкурс оказывает информационную поддержку туристским брендам с рыночной историей и брендам, которые находятся в стадии формирования и развития.

К участию в конкурсе принимаются:

- профессиональный концепт (проект туристского бренда);
- профессиональный проект (действующий туристский бренд);
- студенческий концепт (проект туристского бренда);
- студенческий проект (действующий туристский бренд)

Конкурс путеводителей, туристских карт и SMART приложений по России «MAP.GUIDE.SMART & GO TO RUSSIA - 2019»



www.tour-map.ru

Миссия конкурса – познакомить специалистов и путешественников с наиболее оптимальными, удобными и интересными формами информирования туристов.

А для авторов и издателей полезной будет «обратная связь» с пользователями

УЧРЕДИТЕЛЬ:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет туризма и сервиса». Журнал основан в 2007 г.

ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ЖУРНАЛЕ

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-31755 от 25.04.2008).

Включён в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК РФ (распоряжение Минобрнауки России № Р-11 от 08.02.2016), в которых могут быть опубликованы основные результаты диссертационных исследований, по группе специальностей 08.00.00 «Экономические науки».

Журнал включён в наукометрические базы РИНЦ, Google Scholar, UlrichsWeb и др., индексируется в базах данных научных электронных библиотек eLibrary.ru, SCIRY, Киберленинка, EZB и др.

Публикации журнала находятся в открытом доступе и распространяются на условиях лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» 4.0 International.

Ссылки на журнал при цитировании обязательны.

Редколлегия не всегда разделяет высказанные авторами публикаций мнения, позиции, положения, но предоставляет возможность для научной дискуссии.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

141221, РФ, МО, Пушкинский р-н, д.п. Черкизово, ул. Главная, 99, к. 1217.

Тел.: +7(967)246-35-69, 8(495)940-83-63 доб. 395

e-mail: editor@spst-journal.org, redkollegiamgus@mail.ru

PUBLISHER:

Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow). Founded in 2007.

BASIC INFORMATION ABOUT THE JOURNAL

Journal registered by the Federal Service for Supervision of Legislation in Mass Communications and Cultural Heritage Protection, RF (Reg. Эл № ФС77-31755 from April 25, 2008).

The journal was included in the list of the leading peer-reviewed scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission for publication of thesis results (Economics and Sociology).

The journal is included in the Russian Science Citation Index, Google Scholar, UlrichsWeb, eLibrary.ru, SCIRY, CyberLeninka, EZB etc.

Full text files of all archived and current issues of the journal are in open access on the site and partner sites. Publication in the journal «Service and Tourism: Current Challenges» are available under license Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Attribution – on the same conditions») 4.0 International.

All rights reserved.

Authorial opinions, attitudes, positions, points of view on events and processes in Russia and in the world that have been said on the pages of the journal are not always shared by the editorial board. Editorial board is not responsible for the content and the accuracy of any given digital, illustrative, and cited materials in the publications of authors of the journal.

CONTACTS:

Editorial office: 141221, Russia, Moscow region, Pushkino district, vill. Cherkizovo, 99 Glavnaja str., build. 1, room 1217.

Tel./fax: +7.495.940 8363, add. 395; mob. +7.967.246 3569

e-mail: editor@spst-journal.org, redkollegiamgus@mail.ru

SERVICES

IN RUSSIA AND ABROAD

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА

Главный редактор:

Афанасьев О.Е. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), лауреат Государственной премии Украины в области образования, д.геогр.н., проф.

Редакционный совет:

Новикова Н.Г. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), первый проректор, д.э.н., проф.;

Председатель Редакционного совета

Ананьева Т.Н. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), д.соц.н., проф.

Бушуева И.В. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), д.э.н., проф.

Василенко В.А. – Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского (РФ, Симферополь), д.э.н., проф.

Платонова Н.А. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), д.э.н., проф.

Редакционная коллегия:

Гладкий А.В. – Киевский нац. торгово-экономический ун-т (Украина, Киев), д.геогр.н., проф.

Дышловой И.Н. – Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского (РФ, Симферополь), д.э.н., проф.

Климова Т.Б. – Белгородский государственный нац. исследовательский ун-т (РФ, Белгород), к.э.н., доцент

Коновалова Е.Е. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), (РФ, Москва), к.э.н., доц.

Михеева Н.А. – Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т (РФ, Санкт-Петербург), д.соц.н., доц., проф.

Морозова Н.С. – Российский новый университет (РФ, Москва), д.э.н., доц.

Неделиа А.-М. – Сучавский ун-т им. Штефана чел Маре (Румыния, Сучава), д-р философии (PhD), доц.

Оборин М.С. – Российский экономический ун-т имени Г.В. Плеханова, Пермский филиал (РФ, Пермь), д.э.н., проф.

Петрик Л.С. – Поволжская гос. академия физической культуры, спорта и туризма (РФ, Казань), к.э.н., доц.

Погребова Е.С. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), к.э.н., доц.

Пулидо-Фернандес Х.И. – Ун-т Хаэна (Испания, Хаэн), д-р философии (PhD), проф.

Трухачев А.В. – Ставропольский гос. аграрный ун-т (РФ, Ставрополь), к.э.н., доц.

Фу Я.-И. – Индианский ун-т – Ун-т Пердью в Индианаполисе (США, Индианаполис), д-р философии (PhD), доц.

Харитонов Т.В. – Финансовый ун-т при Правительстве Российской Федерации (РФ, Москва), к.э.н., доц.

Ответственный секретарь:

Афанасьева А.В. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), к.геогр.н., доц.

EDITORS

Editor-in-Chief:

Oleg E. Afanasiev – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor, Laureate of the State Prize of Ukraine in the sphere of education

Editorial Council:

Natalia G. Novikova – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), First Vice Rector, PhD (Dr.Sc.) in Economics, Prof.;

Chairman of Ed. Council

Tatiana N. Ananyeva – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Prof.

Irina V. Bushueva – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Prof.

Valentin A. Vasilenko – V. I. Vernadsky Crimean Federal University (RF, Simferopol), PhD (Dr. Sc.) in Economics, Prof.

Nataliya A. Platonova – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Prof.

Editorial Board:

Alexander V. Gladkey – Kyiv National University of Trade and Economics (Ukraine, Kyiv), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Prof.

Igor N. Dyshlovoj – V. I. Vernadsky Crimean Federal University (RF, Simferopol), PhD (Dr. Sc.) in Economics, Prof.

Tatiana B. Klimova – Belgorod State National Research University (RF, Belgorod), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Elena E. Konovalova – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Natella A. Mikheeva – Saint Petersburg State University of Economics (RF, St. Petersburg), PhD (Dr.Sc.) in Sociology, Prof.

Natalia S. Morozova – Russian New University (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Prof.

Alexandru-Mircea Nedelea – Stefan cel Mare University of Suceava (Romania, Suceava), PhD in Marketing, Assoc. Prof.

Matvey S. Oborin – Perm Institute (branch) of Plekhanov Russian University of Economics (RF, Perm), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Prof.

Lyudmila S. Petrik – Volga Region State Academy of Physical Culture, Sport and Tourism (RF, Kazan), PhD, Assoc. Prof.

Elena S. Pogrebova – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Juan I. Pulido-Fernandez – University of Jaen (Spain, Jaen), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Aleksandr V. Trukhachev – Stavropol State Agrarian University (RF, Stavropol), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Yao-Yi Fu – Indiana University – Purdue University Indianapolis (USA, Indianapolis), PhD in Hotel, Restaurant, and Institutional Management, Assoc. Prof.

Tatiana V. Kharitonova – Financial University Under the Government of the Russian Federation (RF, Moscow), PhD in Economics, Assoc. Prof.

Executive Secretary:

Alexandra V. Afanasieva – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Geography, Assoc. Prof.

КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА	5
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И ТУРИЗМА	6
Донскова Л.И., Редькин А.Г., Отто О.В., Беспалова Н.Н. Приоритеты инновационной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма: российский опыт	6
Дьяченко А.В., Косульникова Т.Л., Сизенева Л.А., Казиева З.М. Метатеория влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки	19
Кириллов В.П., Кириллова Г.В. Антитеррористическая защита туризма невоенными способами	35
Таранов А.С., Политикова Н.А. Психология среды как фактор туристской деятельности	50
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ	62
Чудайкина Г.М., Авагян А.А., Логинова Н.Ю., Костоварова В.В. К вопросу о туристическом потенциале Камбоджи	62
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ	74
Дышловой И.Н. Бюрократия в управлении: анализ, методы борьбы	74
Скабеева Л.И., Духовная Л.Л. Современные аспекты и тренды подготовки кадров для гостиничной отрасли	84
Хваджа А.Н. Обеспечение устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии	100
МАРКЕТИНГ УСЛУГ И ТЕРРИТОРИЙ	112
Быкова В.А., Колупаева И.В., Праздников Н.Н. Горнолыжный комплекс «Манжерок» в структуре региональной туристско-рекреационной системы Республики Алтай	112
Щербакова Н.В., Жданова О.В. Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации	125
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	136
Мутраков О.С., Зайнашева З.Г., Мухаметзянов И.З. Прогнозирование развития сферы региональных автосервисных услуг (на материалах Республики Башкортостан)	136
Новичков Н.В., Новичкова А.В. Совершенствование деятельности ресурсных центров в инновационном развитии системы образования страны	152
Оборин М.С. Деловые информационные услуги как фактор экономического развития отрасли	162

CONTENT

Vol. 13, No. 1 (83)
2019

EDITOR'S NOTE	5
THEORETICAL ASPECTS OF ECONOMICS AND TOURISM	6
Donskova L. I., Redkin A. G., Otto O. V., Bespalova N. N. The priorities of innovation in enterprises of social-cultural service and tourism: Russian experience	6
Dyachenko A. V., Kosulnikova T. L., Sizeneva L. A., Kazieva Z. M. Meta-theory of influence of tourist-recreational activities on natural parks	19
Kirillov V. P., Kirillova G. V. Anti-terrorist protection of tourism by non-military means	35
Taranov A. S., Politikova N. A. Environmental psychology as a factor of tourist activity	50
INTERNATIONAL COOPERATION IN SERVICES SECTOR: CURRENT ISSUES	62
Chudaykina G. M., Avagyan A. A., Loginova N. Yu., Kostovarova V. V. On the issue of tourism potential of Cambodia	62
STATE, MUNICIPAL AND CORPORATE GOVERNANCE IN SERVICES SECTOR: CURRENT ISSUES	74
Dyshlovoi I. N. Bureaucracy and management: analysis, methods of fighting	74
Skabeeva L. I., Dukhovnaya L. L. Personnel training for the hotel industry: current aspects and trends	84
Khwaja A. N. Ensuring sustainable development and competitiveness of the hotel industry	100
MARKETING OF SERVICES AND TERRITORIES	112
Bykova V. A., Kolupaeva I. V., Prazdnikova N. N. The ski complex «Manzherok» in the regional system of tourism and recreation in the Republic of Altai	112
Sherbakova N. V., Zhdanova O. V. Gastronomic identity as a tool to promote a tourism destination	125
SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF DEVELOPING INDUSTRIES, COMPLEXES, BUSINESSES AND ORGANIZATIONS OF SERVICES SECTOR	136
Mutrakov O. S., Zainasheva Z. G., Mukhametzyanov I. Z. Forecasting the regional autoservices sphere development (On the material of the Republic of Bashkortostan)	136
Novichkov N. V., Novichkova A. V. Improving the resource centers activities in the innovative development of the education system of the country	152
Oborin M. S. Business information services as a factor of economic development of the industry	162

INTERPRETER: **Alexandra V. Afanasieva**, PhD in Geography, Assoc. Prof.
The author of the cover photo: **Steven Carter** (flickr.com)

SERVICES
IN RUSSIA
AND ABROAD

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Представляем Вашему вниманию первый в 2019 году выпуск сетевого научного журнала «Сервис в России и за рубежом». Традиционно мы продолжаем публиковать научные исследования авторов, посвящённые различным аспектам развития в России сервисной экономики.

Задача модернизации экономики страны, которая остро стоит сегодня, заставляет научное сообщество обращать своё внимание на новые, только набирающие развитие отрасли, проблемы формирования цифровой экономики, перехода к инновационным моделям развития. Очень актуальным в связи с обозначенными задачами является тщательное изучение наиболее успешных кейсов и практик развития сервисной среды как в отдельных регионах Российской Федерации, так и за рубежом, в том числе в странах Европы, Ближнего и Дальнего Востока, Америки. Ведь зачастую не нужно стремиться изобретать принципиально новые модели, достаточно детально изучить опыт других стран и регионов, и адаптировать его под отечественную среду. Поэтому редакция нашего журнала надеется, что в новом году на его страницах мы будем иметь возможность в значительно большем объёме знакомиться с зарубежными моделями развития сервисной экономики, практиками их внедрения в российских условиях.

Как и прежде, мы будем рады плодотворному сотрудничеству с авторскими коллективами, для которых всегда готовы предложить страницы журнала и подготовить специализированные и тематические выпуски. Мы открыты для Ваших предложений!

Главный редактор О.Е. Афанасьев

ДОНСКОВА Людмила Ивановна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: donskovaL@yandex.ru*

РЕДЬКИН Александр Германович

*Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ);
кандидат географических наук, доцент; e-mail: redkin.ag@yandex.ru*

ОТТО Ольга Витальевна

*Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ);
кандидат географических наук, доцент; e-mail: otto.olga@mail.ru*

БЕСПАЛОВА Наталья Николаевна

*Алтайский государственный институт культуры (Барнаул, Алтайский край, РФ);
кандидат педагогических наук, доцент; e-mail: ck_tourism@mail.ru*

Приоритеты инновационной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма: российский опыт

Вопросы, связанные с инновациями и инновационной деятельностью, имеют особое значение, так как их решение определяют условия и научно-технический прогресс, обеспечивающий возможности устойчивого экономического и социального роста в целом. Представлено исследование инновационной деятельности и ее оценка в количественных и качественных показателях, характеризующих актуальные аспекты инновационной деятельности в российской практике на примере предприятий социально-культурного сервиса и туризма. Обоснованы приоритетные направления развития инновационной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, которые можно использовать при разработке перспективного планирования и стратегических направлений.

Целью статьи является исследование инновационной деятельности и ее специфики на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, выявление проблем и разработка приоритетных стратегических направлений.

В работе использованы общенаучные (абстрактно-логические, анализа и синтеза), монографический, экономико-математические методы, статистические (группировки) методы исследования, а также метод экспертных оценок.

Исследование инновационной деятельности и ее элементов, несмотря на специфику, позволило положительно оценить инновационные показатели, метод экспертных оценок, системный подход, специфика инноваций

Ключевые слова:

инновационная деятельность, инновационная активность, количественный и качественный анализ, статистические оценок, системный подход, специфика инноваций

учебными заведениями, государственной поддержкой региональной администрации, а также отсутствие финансовых возможностей и стратегического планирования на предприятиях. Это дает возможности внести корректировки в инновационную деятельность предприятий, особенно в части интеграционной деятельности: проведение исследований, получение новой информации (знаний) по актуализации инновационной деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма и стратегического развития. Полученные результаты целесообразно применять органам управления экономических субъектов, а также научным подразделениям вузов в целях интеграции их совместной деятельности.

Актуальность исследования. Актуальность вопросов, связанных с инновациями и инновационной деятельностью, имеет особое значение, так как руководство российского государства провозгласило курс на инновационное развитие экономики страны «...на базе экономики лидерства и инноваций»¹. В настоящее время уровень развития инновационной сферы невысокий и как считается, значительно дифференцируется спецификой отрасли (сферой деятельности) и региональными факторами. Это определяет условия и научно-технический прогресс, обеспечивающий возможности устойчивого экономического и социального роста в целом.

При этом необходимо подчеркнуть особенности туризма как отрасли, а также изменения, происходящие в ней, которые способствуют инновациям. Предприятия социально-культурного сервиса и туризма: гостиничные, санаторно-оздоровительные, туристические, экскурсионные, спортивно-оздоровительные и др. относятся к малому и среднему бизнесу. Они имеют большое значение для удовлетворения потребностей населения во время отдыха, путешествий, оздоровления, что способствует повышению качества и уровня жизни населения, а также решения социально-экономических проблем в регионе. Именно малые предприятия в силу своей гибкости и

мобильности обладают высокой инновационной активностью и играют существенную роль в создании и распространении нововведений.

В настоящее время в сфере туризма происходят изменения, способствующие инновациям, а именно нарастает тенденция индивидуального подхода к удовлетворению потребностей отдельного клиента. При этом экономически выгодное взаимодействие политики «поставщик услуг – клиент» способствует созданию более высокой стоимости (ценности) для клиента, что обеспечивает конкурентные преимущества. К тому же наличие большого количества турагентов, их свободный «вход» на рынок способствуют достаточно высокой конкуренции, особенно среди небольших агентств и фирм.

Все это обуславливает актуальность вопросов инновационной деятельности, характеризующих правовые, общественные и экономические вопросы на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма. Целью данной статьи является исследование инновационной деятельности и ее специфики на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, выявление проблем и разработка приоритетных стратегических направлений.

Контент-анализ. Обзор научных публикаций характеризует различные подходы к исследованию инноваций, инновационной деятельности авторами как зарубежными (Л. Лесакова, С. Луллери, С. Негасси, Т. Хунг, К. Толлин, Б. Санто, Я. Кук, П. Квинтас, Д. Уилд), так и отечественными (К.В. Бармина,

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утв. расп. Пр-ва РФ от 17.11.2008 №1662-р. URL: <http://www.ifap.ru/ofdocs/rus/rus006.pdf>.

Т.А. Джум, Е.Е. Кирий, Е.А. Неретина, О.В. Пархоменко, Е.Н. Кравцова, С.А. Беляков, Т.В. Рыжкова, С.А. Калугина, А.А. Макаров, О.Н. Бочкина, М.Б. Ермакова, Л.Э. Глаголева, О.А. Крючкова).

Реферирование научных публикаций к примеру, зарубежных авторов: Л. Лесакова [14], С. Луллери [15], С. Негасси, Т. Хунг [16], К. Толлин [17], показало, что исследование инноваций осуществляется в основном с рыночных позиций и точки зрения маркетинговой деятельности, в том числе изучаются особенности конкуренции малого и среднего бизнеса, взаимосвязи инноваций и конкуренции. При этом все результаты подтверждены эмпирическими исследованиями на примерах малого и среднего бизнеса, а также в компаниях, в которых инновации финансируются государством и частными инвесторами. Например, Любица Лесакова, подчеркивая актуальность инновационной составляющей для малых и средних предприятий как фактор повышения их конкурентоспособности, по результату эмпирического исследования обосновывает основные препятствия для развития данной деятельности [14]. Влияние маркетинговой деятельности на успех инноваций неоднозначно: оно положительно для инкрементальных (незначительные усовершенствования) перемен, но отрицательно – для радикальных инноваций [15]. Это объясняется высокими затратами на фундаментальные исследования и невысокой вероятностью достижения желаемого результата. Исследование взаимосвязи между инновациями и конкуренцией выявило следующую тенденцию: в государственном секторе индекс конкуренции не коррелируется с инновационной продукцией, а в коммерческом секторе – положительно влияет на инновационную активность [17].

В научных исследованиях инновационной деятельности отечественных авторов (К.В. Бармина [2], Т.А. Джум, Е.В. Василенко [5], Е.Е. Кирий, Л.В. Ковынева [7], Е.А. Неретина, О.Н. Бочкина, М.Б. Ермакова [11], М.Ю. Архипова [1], Л.И. Донскова [6], С.А. Ка-

лугина, А.А. Макаров [10], Л.Э. Глаголева, О.А. Крючкова [4], И.С. Кулаковская [9] и др.) затрагиваются различные аспекты инновационной деятельности на уровне как регионов в целом, так и туристических, гостиничных предприятий в частности.

Исследование Е.Е. Кирий и Л.В. Ковыневой основывается на проблемах, к примеру, присущих инновационной деятельности гостиничного предприятия. Эмпирическое исследование оценки инновационной активности на примере предприятий гостиничного типа Хабаровска подтвердило практически свойственные малому и среднему бизнесу проблемы в российской практике [7].

В исследовании инновационной деятельности в сфере услуг К.В. Бармина акцент поставлен на взаимодействии субъектов институциональных инноваций и населения. По нашему мнению, предложенная модель взаимосвязи не только трех институтов – государство, наука (университеты и научно-исследовательские центры) и бизнес, но и населения, является в свою очередь одним из источников структурных и институциональных изменений [2].

Е.А. Неретина, О.Н. Бочкина и М.Б. Ермакова рассматривают значение проектной деятельности в инновационной сфере, так как считается, что инновация осуществляется в рамках именно инновационного проекта. В этом случае высока координирующая роль маркетинга по вопросам от формирования идеи и концепции продукта/услуги, маркетинговых исследований, разработке инновационной стратегии до решения задачи, связанной с распределением и продвижением инновационного продукта [11].

Используя системный подход к исследованию инновационной деятельности, Е.Н. Кравцова и В.П. Воронин характеризуют ее как одну из форм управленческой деятельности менеджеров предприятия. По их мнению, взаимодействие стратегической и инновационной деятельности считается эволюцией системы управления хозяйствующих субъек-

тов в ситуации быстрых изменений и непредсказуемости внешних условий [8].

Объединение инновационной и стратегической деятельности предприятия поддерживает С.А. Беляков, подчеркивая при этом такое направление, как переход к экономике знаний, т.е. более эффективное использование накопленных и вновь создаваемых знаний. Именно системный подход в управлении знаниями, сочетающий организационные, личностные и технологические компоненты, позволяет раскрывать возможности результатов исследований, проводимых представителями фундаментальных наук, укрепления взаимодействия между академической наукой и промышленностью [3].

При выработке инновационной стратегии следует выделить немаловажный аспект – это повышение степени неопределенности результатов по срокам, затратам, качеству и эффективности, что обуславливает такую специфическую функцию, как управление инновационными рисками. К тому же повышаются инвестиционные риски проектов, которые возрастают из-за новизны решаемых задач, обусловленных инновационной составляющей [12].

Анализируя подходы к исследованию инновационной деятельности, подчеркнем важность системного подхода, позволяющий анализировать причины, влияющие на результаты, что является определяющим фактором при разработке стратегических приоритетов на предприятиях.

В частности, с точки зрения системного подхода туризм представляется системным объектом, который функционирует под влиянием внешней и внутренней среды. Внешние факторы (экономический, политический, природный, социально-культурный) могут иметь форс-мажорный характер, а именно: кризисы, природные катаклизмы, землетрясения, цунами, наводнения и т.п. Это обуславливает проблемы в прогнозировании деятельности, а также при формировании стратегии туристского бизнеса, что увеличивает риски долго-

срочных инвестиций для инвесторов, банков, кредиторов. Среди факторов внешней среды особый акцент на таких факторах как научно-технический и социальный (интеллектуальное развитие человечества), которые являются определяющими при разработке и внедрение инноваций в этой сфере [5].

Современные достижения научно-технического прогресса и динамика обновляющихся знаний составляют профессиональную основу управления сферой социально-культурного сервиса и туризма и связано с тенденцией повышения инновационной активности в этой сфере. Между тем туристский бизнес, в том числе и его санаторно-курортный комплекс, является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении передовых технологий, непрерывно изменяет формы и способы предложения и предоставления услуг, открывает и осваивает новые возможности [5].

В развитии предприятий социально-культурного сервиса и туризма инновации имеют не только большое значение, но и свою специфику:

- к инновациям по характеру удовлетворяемых потребностей, относятся нововведения, создающие новые потребности и развивающие уже существующие;
- повышается актуальность инновационных стратегий, но в то же время увеличивается сложность их разработки и реализации, что связано с проблемами планирования и прогнозирования деятельности предприятий;
- возрастают роль и значение предложений единичных (уникальных) разработок, рассчитанных на индивидуального потребителя, что позволяет предприятиям повысить свою конкурентоспособность, позиционировать себя как носителей передовых технологий, привлекать новых клиентов [7];
- инновационная деятельность на предприятии зависит от руководителя и его отношения к новшествам, а также от формирования у персонала организаций мотивации к инновационному типу поведения и правильно

выбранной формы стимулирования.

Основные цели, которые преследуют инновации в туризме – это способность реагирования на изменения, происходящие в отрасли, обеспечить достижения стратегических целей: во-первых, повышение эффективности деятельности, во-вторых, получение конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

Среди видов инноваций, которые наиболее распространены на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма, это в первую очередь инновации в процессе обслуживания потребителей, модернизации материально-технического обеспечения, инновации в бизнес-процессе и др. Экологические инновации актуальны, к примеру, при формировании экологических туров, маршрутов, экскурсий, так называемые экотропы, экоэкспрессии, экотуры и др.

Особая роль в туризме отводится таким инновациям, как новейшие информационные и коммуникационные технологии [5]. Современные достижения в области телекоммуникаций и электронного маркетинга обеспечивают новые возможности для туристского бизнеса и существенно воздействуют на его модели развития. Информационные технологии относятся к радикальным инновациям, которые не являются реакцией на потребности рынка, а связаны с наукой, научными открытиями, новейшими изобретениями, которые обладают определенной независимостью от общественных потребностей. К этому относятся разработки систем информации и резервирования, привязанные к конкретному региону, или дестинации с целью обеспечить внимание к местным туристским организациям и проводимым мероприятиям [5].

В связи с этим в инновационной деятельности предприятий возрастает значение информации и новых знаний. На предприятиях гостиничного типа, к примеру, это использование инновационного и интеллектуального потенциалов с целью максимального удовлетворения потребностей туристов в условиях

высокой конкуренции [7].

Для исследования инновационной деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма и взаимосвязей между ними обозначим критерии и показатели инновационной активности и факторы, влияющие на инновации. Одним из главных является показатель «количество малых предприятий, занимающихся инновационной деятельностью». Особенно важно, что, осуществляя новаторскую функцию, предпринимательские структуры содействуют процессу развития новых идей (технических, организационных, управленческих и др.), проводя при этом новые турпродукты и предоставляя новые услуги.

Мониторинг инновационной деятельности

В этом контексте мониторинг инновационной деятельности и ее элементов, проведенный по статистическим данным в России², позволяет выделить изменения и их взаимосвязь с предприятиями малого и среднего бизнеса. Самую высокую нестабильность по годам проявляет показатель объемов финансирования науки из средств федерального бюджета, что связано, на наш взгляд, с неблагоприятной ситуацией в нашей стране и кризисами в мире. Невысокая доля расходов на НИР по отношению к ВВП (0,64%) по секторам: государственный (0,83%) и предпринимательский (0,33%) – свидетельствует о том, что в России частный сектор не заинтересован в инновациях (в развитых странах инновации в большей степени финансируют конкретные фирмы) [6]. При этом невысокая доля малых предприятий в структуре организаций, выполняющих исследования и разработки по секторам деятельности (государственный – 37%, предпринимательский – 33,5%, сфера высшего образования – 27%, некоммерческий – 2,1%) характеризует слабую связь бизнес-структур, особенно малого и среднего бизнеса, с высшими учебными заведениями. Неза-

² Федеральная служба государственной статистики.
URL: <http://www.gks.ru>

интересованность в сотрудничестве с научными заведениями объясняется объективными условиями их деятельности: высокие налоги, инфляция, целевое назначение и др. [6].

В России также просматриваются негативные социальные тенденции: происходит сокращение численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, что обусловлено низким уровнем оплаты труда в науке, падением его престижа [1]. К тому же в России наблюдается устойчивая тенденция отраслевой и региональной дифференциации по основным показателям социально-экономического развития.

Перечисленные выше негативные тенденции в инновационной деятельности взаимосвязаны с проблемами малого и среднего бизнеса: отсутствие сотрудничества с вузами, незаинтересованность в инновационной деятельности, недостаточность стратегических разработок (проектов, планов), неподготовленность персонала к творческой инициативной работе, отсутствие стимулов и др. К тому же проблемы, характеризующие развитие инноваций на общероссийском уровне, взаимосвязаны со следующей региональной спецификой: невосприимчивость регионального бизнеса к инновациям, незначительное преимущество инновационной деятельности в стратегиях большинства организаций.

Аналитическая часть. Мониторинг инновационной деятельности в общероссийском масштабе по статистическим данным характеризует связь позиционирования регионов и их дифференциации согласно инновационной активности. Результаты группировки субъектов РФ по инновационной активности (группы активности: низкая – умеренная – средняя ... высокая) характеризует изменение показателя доли малых предприятий, занимающихся инновационной деятельностью [6]. Выявлена разноплановая тенденция: непрямая связь между инновационной активностью и долей малых предприятий, занимающихся инновациями. Для первых четырех групп по степени инновационной активности повышается

доля малых предприятий; а для группы с высокой инновационной активностью (группа V) – доля малых предприятий сокращается. Это характеризует участие в инновационной деятельности крупного бизнеса, за счет которого она значительно растет [6].

Для более глубокого исследования проблем инновационной деятельности было проведено монографическое наблюдение на примере предприятий социально-культурного сервиса и туризма. Для сбора информации разработан опросный лист в виде структурированного интервью, включающий вопросы о сфере деятельности, опыте работы, оценке успешности бизнеса, используемой системе налогообложения, источниках финансирования; видах инноваций, развитости инфраструктуры по поддержке малого бизнеса и др. В качестве экспертов выступили предприниматели (261 чел.), которые представляли основные виды деятельности: экскурсионная, спортивная, гостиничная, туристическая, санаторно-оздоровительная, турагентская и туроператорская и др. (рис. 1). Стаж работы респондентов в данной сфере составил свыше трех лет – 65%, один-три года – 22%. По результатам исследования инновационной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме, 2017 г. получено свидетельство о государственной регистрации базы данных³.

Предприниматели оценили успешность организации по 5-балльной шкале (1 – совсем неуспешный; 5 – очень успешный), при этом уровень успешности (средневзвешенная арифметическая) составил 3,95. В своей деятельности большинство из респондентов применяют упрощенную систему налогообложения (62%) и общую систему налогообложения (21%). В своей деятельности они используют офисные, производственные, складские помещения на условиях аренды или

³ **Донскова Л.И.** Результаты исследования инновационной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме, 2017 г. Свидетельство о государственной регистрации базы данных №2018621396. Дата госрегистрации в Реестре баз данных – 7.06.2018.

имеют их в собственности.

В течение исследуемого года 70% опрошенных занимались инновационной деятельностью (разработка новой продукции/услуги). В большей степени разрабатывали маркетинговые (23%), организационно-управленческие (19), технологические (16), социальные (15%), информационные инновации, а в меньшей степени – экологические, экономические инновации (см. рис. 2). Эти виды инноваций, по мнению респондентов, предпочтительны, так как актуальны (34%) и обеспечивают успешность бизнеса (34%), что важно для продвижения предприятия, привлечения новых клиентов, востребованности изготовленной про-

дукции, а также позволяет улучшить эффективность использования техники и повысить конкурентоспособность в целом.

Что касается технологической модернизации, то более половины предпринимателей (60%) планируют осуществить ее в ближайшее время. Целью будет, подчеркивают они, внедрение новых видов продукции/услуг, повышение качества и увеличение объема производимой продукции/услуг, соответственно, снижение издержек на производство единицы продукции. Остальные респонденты сообщили, что «не планируют» / «не видят необходимости» в этом (53%) или указали на отсутствие финансовых возможностей (47%).

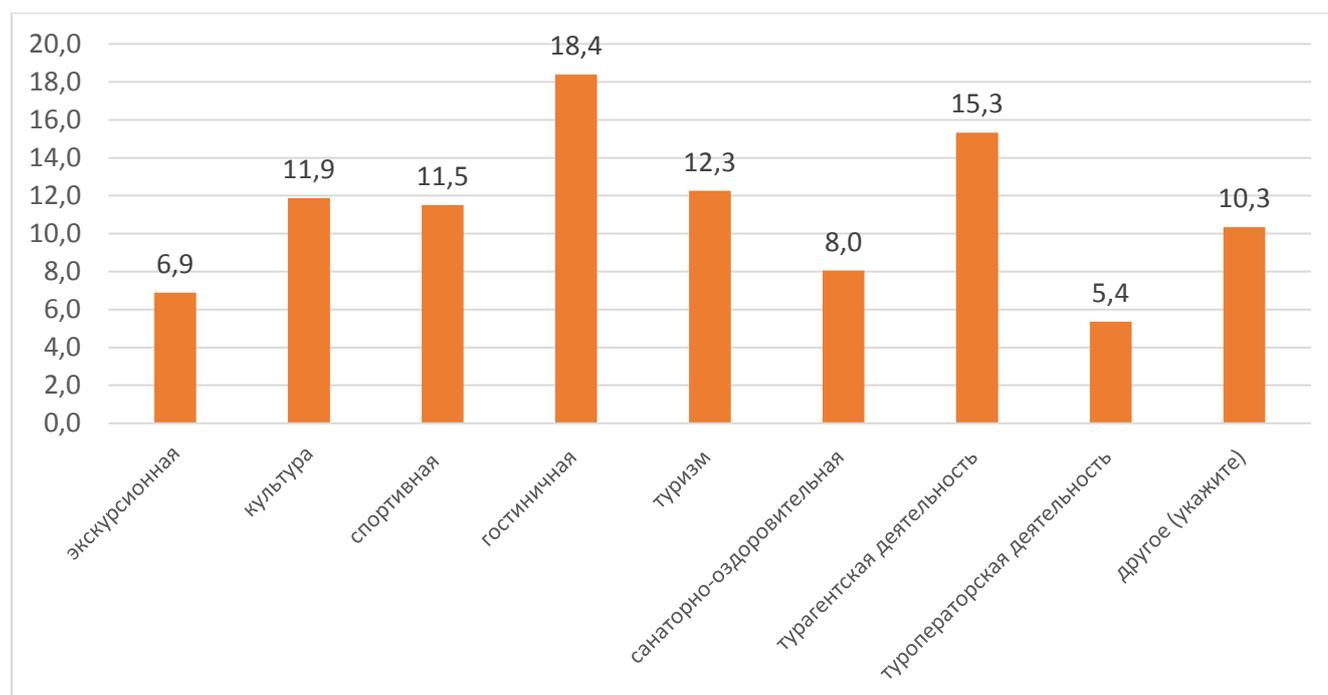


Рис. 1 – Структура респондентов по сфере деятельности

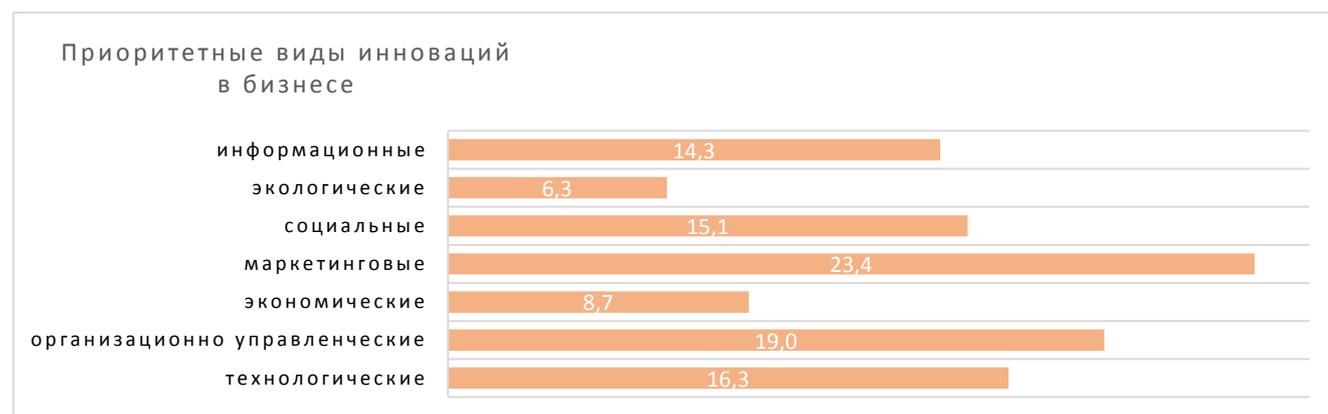


Рис. 2 – Приоритетные виды инноваций в деятельности предприятий

По условиям инфраструктуры, в основном респонденты пользуются услугами организаций по микрокредитованию (25%), инвестиционных (14%) и инновационных (11%) фондов, бизнес-инкубаторов (11%), в меньшей степени – услугами лизинговых компаний (8%), технополисов (7%), консалтинговых фирм (7%), а также технопарков и венчурных фирм.

Для оценки мер по поддержке малого бизнеса введен критерий «важно/неважно». Со стороны властей, на взгляд респондентов, наиболее важны следующие мероприятия: финансовая поддержка и помощь в получении ссуд и кредитов (29,3%), предоставление в аренду государственных и муниципальных помещений на льготных условиях (14,7%), оказание помощи в продвижении продукции на региональные и иные рынки, организации выставок и ярмарок (12%), создание бизнес-

инкубаторов и технопарков (12%), государственные и муниципальные заказы (12,7%). А такие меры поддержки, как информационная и консультационная поддержка малого бизнеса (9,7%) и обучение населения основам предпринимательской деятельности (9%), по их оценкам, менее важны.

Для эффективного развития предприятий малого и среднего бизнеса в регионе в будущем, по мнению респондентов, необходимо обеспечить финансовую поддержку со стороны государства (доступ к кредитам и другим финансовым инструментам – 22,4%), усилить такие меры, как борьба с коррупцией (взяточничеством, вымогательством), обеспечить законодательно-нормативные основы деятельности предпринимателей и создание равных возможностей для конкуренции (17,7%), а также сокращение количества проверяющих органов (18,6%) (рис. 3).



Рис.3 – Рейтинг элементов инновационной деятельности

Степень доступности необходимых для бизнеса ресурсов эксперты считают в целом как хорошую (4,12 балла по 5-балльной шкале). При этом уровень доступности выше по

кадровым, производственным, финансовым ресурсам, а природные и материальные ресурсы менее доступны. В качестве источников финансирования инноваций на предприятиях

используются: внешние – кредитные ресурсы (60%) и внутренние – взносы учредителей, собственные средства (40%). При этом влияние инноваций на результаты деятельности предприятия эксперты считают как значительным (47%), так и незначительным (46%), только 7% поставили оценку «не влияет».

Если исходить из результатов исследования проблем инновационной деятельности на предприятиях, то можно подчеркнуть разноплановые тенденции. В сфере сервиса и туризма по отношению инновационной деятельности складывается положительная ситуация, а большинство предпринимателей уже работают в этом направлении или планируют инновации в ближайшее время. Однако по-прежнему остаются следующие проблемы: недостаток финансов в связи с инфляцией и повышением цен на импортную продукцию, нехватка высококвалифицированного персонала, высокая стоимость инноваций и длительный срок их окупаемости. В связи с этим большинство респондентов считают, что представителям административной власти нужно больше уделять внимание финансовой поддержке, оказывать помощь в получении ссуд и кредитов; предоставлять в аренду государственные и муниципальные помещения на льготных условиях, а также участвовать в организации технопарков и инновационных фондов. В целом, мы поддерживаем экспертов в том, что с учетом текущей ситуации в стране, нынешним состоянием экономики проблемы инноваций в малом и среднем бизнесе остаются актуальной роль государства и значение его инновационной политики.

Рекомендации

По результатам исследований инновационной деятельности мы считаем в будущем актуализировать деятельность компаний по следующим направлениям: маркетинговая деятельность, получение нового знания и информации, а также взаимодействие с высшими учебными заведениями. Ведь по сути разработка и внедрение инноваций на предприятии – это своего рода проект с инновацион-

ными элементами (план мероприятий, оценка новизны, расчет затрат). В соответствии с этим повышается значение маркетинга на всех этапах проекта: исследования и разработки, выхода на рынок, роста и стабильности, сокращения сбыта, ухода с рынка. Особо подчеркнем тактические мероприятия маркетинга на первой фазе жизненного цикла инновационного проекта – это исследования и разработки: маркетинговые исследования, планирование маркетинга инноваций, выбор и подготовка целевой аудитории, бенчмаркинг, тестирование и др.

В этих условиях, на наш взгляд, повышается роль исследовательского процесса создания нового научного знания, который в зависимости от стратегии и целей фирмы имеет возможные аспекты исследований: фундаментальное, или основное, исследование в целях приобретения информации; применение исследований и разработок для создания благоприятствующей перспективы новшества; использование исследований и разработок для открытия нового бизнеса или диверсификации своей деятельности. Это возможно за счет активизации взаимодействия с вузами (профильными кафедрами), проведения исследований, выполнения исследовательских проектов (дипломных работ) под заказ.

Процесс разработки стратегии инновационного развития предприятия должен опираться на основные принципы, среди которых выделим принцип системного развития предприятия на основе реализации инновационной стратегии. Так, к примеру, внедрение новой техники позволяет повысить производительность труда, но при низкой квалификации персонала решить такую задачу будет проблематично. Поэтому улучшаться должна деятельность предприятия в целом, причем за счет не только совершенствования имеющихся бизнес-процессов, технологий или продуктов, но и внедрения новых разработок [12]. Реализация любой инновационной стратегии связана с перестройкой предприятия – его реструктуризацией, поскольку изменение состо-

яния хотя бы одного элемента ведет к изменению состояния всех других составляющих.

Среди основных измеряемых показателей исследовательского процесса, следствием чего будет достижение результатов инновационной деятельности, предлагается выделить следующие:

для потребителя: более точное знание потребителей позволяет создать новый и улучшенный турпродукт или процесс обслуживания, которые могут быть измерены повышением качества или сокращением стоимости (материальных затрат); новое применение старых объектов туристического назначения, к примеру, различные объекты, первоначально созданные для иных целей; замена туристского продукта в целях использования имеющихся средств производства и обслуживания;

для бизнеса: получение патентов, лицензий, ноу-хау и других документов, дающих конкурентные преимущества; повысить имидж, в том числе при участии в выставках, ярмарках, расширяя деловые связи; получение дополнительного дохода от применения исследования; повышение квалификации менеджеров и персонала; выгодное распоряжение туристскими ресурсами, ценная информация для продвижения и применения инновационного продукта.

Заключение

Исследование инновационной деятельности, проведенного на примере предприятий социально-культурного сервиса и туризма, в комплексе позволяет охарактеризовать связи бизнеса с инновационной активностью как положительные для большинства организаций. Однако отмечено отсутствие связей (или незначительные связи) с образовательными организациями, отсутствие систематических исследований и стратегических разработок. В качестве причин, препятствующих инновационной деятельности, выявлены: недостаточ-

ность финансов, неравная доступность к грантовой поддержке бизнеса, незаинтересованность сотрудничества бизнеса с учебными заведениями, отсутствие специалистов, способных подать креативные, нестандартные предложения.

Результаты исследований дают возможность внести корректировки в инновационную деятельность предприятий, прежде всего по стратегическим направлениям: поддержка со стороны высшего руководства, определение цели инновационной и стратегической деятельности, системы мотивации (материальной и моральной) для персонала, обеспеченность ресурсами (финансовыми, материальными, информационными), регулярное обучение руководителей, новаторов, персонала и др.

В инновационном развитии предприятий важную роль играет позиция бизнес-сообщества, особенно в условиях неустойчивости и нестабильности окружающей среды. В этом случае важен акцент на мотивации бизнеса, а также создание таких условий, в которых бизнес будет работать. Главным инициатором по этим вопросам должно стать государство, которое вкладывает бюджетные средства (или их часть) в стимулирование спроса на инновации, т.е. обеспечить определенные гарантии безубыточности совместных проектов в инновационной деятельности. Улучшить ситуацию в инновационной сфере возможно за счет разработки и реализации сбалансированной государственной политики, формирования стратегической цели развития инновационной среды, инфраструктуры, обеспечения частно-государственного партнерства, развития инфраструктуры инновационной деятельности. Несмотря на разноплановые проблемы в развитии инновационной деятельности, за инновациями будущее нашей страны, их можно рассматривать как фактор повышения уровня и качества жизни каждого человека и общества в целом.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Архипова М.Ю.** Инновации и уровень жизни населения: исследование взаимосвязи и основных тенденций развития // Вопросы статистики. 2013. №4. С. 45–53.
2. **Бармина К.В.** Инновационная деятельность сферы услуг как форма структурных и институциональных изменений // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2017. Т.5. №11(11). С. 12–14.
3. **Беляков С.А.** Приоритеты инновационной стратегии металлургической промышленности // Транспортное дело России. 2010. №5. С. 35–37.
4. **Глаголева Л.Э., Крючкова О.А.** Инновационное развитие экотуризма на базе спортивно-оздоровительного комплекса «Сосновый бор» // Наука и туризм: стратегия взаимодействия. 2014. Вып. 1. С. 40–43.
5. **Джум Т.А., Василенко Е.В.** Инновационная деятельность в сфере туризма // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2016. №1. С. 549–552.
6. **Донскова Л.И., Чубарова О.И.** Количественный и качественный анализ инновационной деятельности в российском регионе // Наука Красноярья. 2017. Т.6. №3. С. 83–109.
7. **Кирий Е.Е., Ковынева Л.В.** Инновационная деятельность гостиничного предприятия: проблемы и пути решения // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2016. Т.1. С. 254–257.
8. **Кравцова Е.Н., Воронин В.П.** Инновационная деятельность предприятия // Креативная экономика. 2008. Т.2, №6. С. 3–8.
9. **Кулаковская И.С.** Инновационные технологии чистоты и комфорта как залог коммерческого успеха отеля // Наука и туризм: стратегия взаимодействия. 2016. Вып.5(3). С. 28–29.
10. **Калугина С.А., Макаров А.А.** Хозяйствующие субъекты ресторанно-гостиничного бизнеса России: обзор организационных структур управления // Вестник ТГУПБП. 2014. №5. С. 69–80.
11. **Неретина Е.А., Бочкина О.Н., Ермакова М.Б.** Маркетинговое обеспечение процессов разработки и реализации инновационных проектов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2017. №1(13). С. 30–37.
12. **Рыжкова Т.В., Горелова Л.В.** Стратегия инновационного развития предприятия // Национальный институт им. Екатерины Великой. 2013. №2. С. 31–40.
13. **Санникова И.Н., Татарникова Э.В.** Оценка инновационного потенциала предприятия для управления развитием // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. №3. С. 57–64.
14. **Lesáková L.** Empirical Research on Innovation Activities in Small and Medium-Sized Enterprises in the Slovak Republic // Management, Enterprise and Benchmarking In the 21ST Century 2014. Budapest, Hungary. P. 57–67.
15. **Lhuillery S.** Marketing and persistent innovation success // Economics of Innovation and New Technology. 2014. Vol. 23. No.5–6. P. 517–543.
16. **Negassi S., Hung T.-Yi.** The nature of market competition and innovation: does competition improve innovation output? // Economics of Innovation and New Technology. 2014. Vol. 23. No.1. P. 63–91.
17. **Tollin K.** Mindsets in Marketing for Product Innovation: An Explorative Analysis of Chief Marketing Executives' Ideas and Beliefs about How to Increase Their Firms' Innovation Capability // Journal of Strategic Marketing. 2008. Vol. 16. No.5. P. 363–390.

Lyudmila I. DONSKOVA^a,
Alexander G. REDKIN^b,
Olga V. OTTO^c,
Natalya N. BESPALOVA^d

^a Russian University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
PhD in Economics; Associate Professor; e-mail: donskovaL@yandex.ru

^b Altai State University (Barnaul, Altai Krai, Russia);
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: redkin.ag@yandex.ru

^c Altai State University (Barnaul, Altai Krai, Russia);
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: otto.olga@mail.ru

^d Altai State Institute of Culture (Barnaul, Altai Krai, Russia);
PhD in Pedagogics, Associate Professor; e-mail: ck_tourism@mail.ru

THE PRIORITIES OF INNOVATION IN ENTERPRISES OF SOCIAL-CULTURAL SERVICE AND TOURISM: RUSSIAN EXPERIENCE

The issues related to innovation and innovation activities are of particular importance, because their decision determines the conditions and progress in science and technology, providing opportunities for sustainable economic and social growth in general. The article presents the study of innovation and evaluation of its quantitative and qualitative indicators that characterize the most relevant aspects of innovation in Russian practice, for example, social-cultural service enterprises. The authors justify priority development directions of innovation activity in enterprises of social-cultural service and tourism, which can be used in long-term planning and strategic directions development.

The purpose of this article is to explore innovation and its specificity in the enterprises of the social-cultural service and tourism, the identification of problems and the development of priority strategic areas.

The article is based on the scientific (abstract-logical analysis and synthesis), monographic, economic-mathematical methods, statistical methods (groups), as well as the method of expert estimations. Studying innovation and its elements, despite the specificity, allow to assess positively the most innovative activity of enterprises, but there is a small connection (or lack thereof) with higher educational institutions, government support of the regional administration, as well as the lack of financial opportunities and strategic planning at enterprises. This makes it possible to make adjustments to the innovation activities of enterprises, especially in terms of integration activities: conducting research, obtaining new information (knowledge) on updating the innovation activities of enterprises in the socio-cultural service and tourism and strategic development.

Scope of results: the governing bodies of economic entities can use the obtained results, as well as scientific departments of universities in order to integrate their joint activities.

Keywords:

innovation, innovation activity, quantitative and qualitative analysis, statistics, the method of expert assessments, systematic approach, specific innovation

References

1. **Arkhipova, M. Yu.** (2013). Innovacii i uroven' zhizni naselenija: issledovanie vzaimosvjazi i osnovnyh tendencij razvitija [Innovations and the standard of living of the population: a study of the relationship and the main development trends]. *Voprosy statistiki [Statistics Issues]*, 4, 45–53. (In Russ.).
2. **Barmina, K. V.** (2017). Innovacionnaja dejatel'nost' sfery uslug kak forma strukturnyh i institucional'nyh izmenenij [Innovation activity in the service sector as a form of structural and institutional changes]. *Aktual'nye problemy gumanitarnyh i social'no-ekonomicheskikh nauk [Actual problems of humanitarian and socio-economic sciences]*, 5(11), 12–14. (In Russ.).
3. **Beliakov, S. A.** (2010). Prioritety innovacionnoj strategii metallurgicheskoy promyshlennosti [Priorities of the innovation strategy of the metallurgical industry]. *Transportnoe delo Rossii [Russia's Transport Business]*, 5, 36–37. (In Russ.).

4. **Glagoleva, L. E., & Krjuchkova, O. A.** (2014). Innovacionnoe razvitie ekoturizma na baze sportivno-ozdorovitel'nogo kompleksa «Sosnovyj bor» [Innovative development of ecotourism on the basis of the sports and recreation complex "Sosnovy Bor"]. *Nauka i turizm: strategija vzaimodejstvija [Science and tourism: interaction strategy]*, 1, 40–43. (In Russ.).
5. **Dzhum, T. A., & Vasilenko, E. V.** (2016). Innovacionnaja dejatel'nost' v sfere turizma [Innovative activity in the sphere of tourism]. *Kurortno-rekreacionnyj kompleks v sisteme regional'nogo razvitija: innovacionnye podhody [Resort and recreation complex in the system of regional development: An innovative approaches]*, 1, 549–552. (In Russ.).
6. **Donskova, L. I., & Chubarova, O. I.** (2017). Kolichestvennyj i kachestvennyj analiz innovacionnoj dejatel'nosti v rossijskom regione [Quantitative and qualitative analysis of innovation activities in Russian region]. *Nauka Krasnojars'ja [Science of Krasnoyarsk]*, 6(3), 83–109. (In Russ.).
7. **Kiriy, E. E., & Kovynova, L. V.** (2016). Innovacionnaja dejatel'nost' gostinichnogo predpriyatija: problemy i puti reshenija [Innovative activity of the hotel enterprise: problems and solutions]. *Nauchno-tehnicheskoe i ekonomicheskoe sotrudnichestvo stran ATR v XXI veke [Scientific, technical and economic cooperation of the APR countries in the XXI century]*, 1, 254–257. (In Russ.).
8. **Kravtsova, E. N., & Voronin, V. P.** (2008). Innovacionnaja dejatel'nost' predpriyatija [Innovative activity of an enterprise]. *Kreativnaja ekonomika [Creative Economy]*, 2(6), 3–8 (In Russ.).
9. **Kulakovskaya, I. S.** (2016). Innovacionnye tehnologii chistoty i komforta kak zalog kommercheskogo uspeha otelja [Innovative technologies of cleanliness and comfort as the key to the commercial success of the hotel]. *Nauka i turizm: strategija vzaimodejstvija [Science and tourism: interaction strategy]*, 5(3), 28–29. (In Russ.).
10. **Kalugina, S. A., & Makarov, A. A.** (2014). Hozjajstvujushhie sub'ekty restoranno-gostinnichnogo biznesa Rossii: obzor organizacionnyh struktur upravlenija [Economic entities of the restaurant and hotel business in Russia: an overview of organizational management structures]. *Vestnik TGUPBP [Bulletin TGUPBP]*, 5, 69–80. (In Russ.).
11. **Neretina, E. A., Bochkina, O. N., & Ermakova, M. B.** (2017). Marketingovoe obespechenie processov razrabotki i realizacii innovacionnyh proektov [Marketing support of the development and implementation of innovative projects]. *Ekonomicheskie i social'no-gumanitarnye issledovanija [Economic, Social and Humanitarian Studies]*, 1(13), 30–37. (In Russ.).
12. **Ryzhkova, T. V., & Gorelova, L. V.** (2013). Strategija innovacionnogo razvitija predpriyatija [Enterprise Innovation Development Strategy]. *Nacional'nyj institut im. Ekateriny Velikoj [Catherine the Great National Institute]*, 2, 31–40. (In Russ.).
13. **Sannikova, I. N., & Tatarnikova, E. V.** (2013). Ocenka innovacionnogo potenciala predpriyatija dlja upravlenija razvitiem [Assessing the innovative potential of an enterprise for development management]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom [Management in Russia and abroad]*, 3, 57–64. (In Russ.).
14. **Lesáková, L.** (2014). Empirical Research on Innovation Activities in Small and Medium-Sized Enterprises in the Slovak Republic. *Management, Enterprise and Benchmarking – In the 21st Century*. Budapest, 57–67.
15. **Lhuillery, S.** (2014). Marketing and persistent innovation success. *Economics of Innovation and New Technology*, 23(5–6), 517–543.
16. **Negassi, S., & Hung, T.-Y.** (2014). The nature of market competition and innovation: does competition improve innovation output? *Economics of Innovation and New Technology*, 23(1), 63–91.
17. **Tollin, K.** (2008). Mindsets in Marketing for Product Innovation: An Explorative Analysis of Chief Marketing Executives' Ideas and Beliefs about How to Increase Their Firms' Innovation Capability. *Journal of Strategic Marketing*, 16(5), 363–390.

Донскова Л.И., Редькин А.Г., Отто О.В., Беспалова Н.Н. Приоритеты инновационной деятельности на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма: российский опыт // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 6-18.
DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10101.

Donskova, L. I., Redkin, A. G., Otto, O. V., & Bespalova, N. N. (2019). The priorities of innovation in enterprises of social-cultural service and tourism: Russian experience. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 6-18. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10101. (In Russ.).

ДЬЯЧЕНКО Александр Васильевич

*Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоград, РФ);
доктор экономических наук, профессор; e-mail: marketec@mail.ru*

КОСУЛЬНИКОВА Татьяна Леонидовна

*Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоград, РФ);
кандидат сельскохозяйственных наук, доцент; e-mail: kosmosleta@mail.ru*

СИЗЕНЕВА Лидия Александровна

*Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоград, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: vfatiso_em@mail.ru*

КАЗИЕВА Зульфия Муратовна

*Волгоградский государственный аграрный университет (Волгоград, РФ);
аспирант, преподаватель; e-mail: zraskalieva@mail.ru*

Метатеория влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки

В работе рассмотрены результаты исследования влияний туристско-рекреационной деятельности на потенциал природных парков. Использован авторский подход к метатеоретическому определению: исследуемой системы, рабочей гипотезы и её следствий. Семантика характеристик (структурного описания природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемые природные территории) получена посредством позитивного анализа ряда ранее проведенных работ. Свойства природного потенциала и рабочей гипотезы использованы для выявления соответствующих характеристических следствий. Эти следствия положены в основу формулирования императивов целенаправленного воздействия туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка. В результате получен комплекс принципов, которые целесообразно использовать для формирования политики туристско-рекреационной деятельности на особо охраняемых природных территориях. Выявлено, что туристско-рекреационные компенсаторные влияния способствуют сохранению и защите природного потенциала, который является системой ресурсов природы, используемых для удовлетворения общественных потребностей. Экотуристические объекты, особо охраняемые природные территории, памятники природы являются аттрактивными центрами экологического, познавательного и фото туризма. При этом необходимо обрабатывать эти территории от вредных грызунов и клещей, проводить: обследование дна водоёмов, очистку их акваторий, экспертизу проб воды. В процессе экономической деятельности целевые рынки продукции природного парка, хозяйственные организации туристско-рекреационной деятельности в природных парках. В этом случае туризм становится формой рационального

Ключевые слова:
*метатеория,
рабочая гипотеза,
туристско-рекреационная
деятельность,
природный потенциал,
биологическое и ландшафтное
разнообразие,
природные ресурсы,
императивы, развитие,
воспроизводство*

природопользования, способствующей защите окружающей среды. Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ №18-410-342002 и администрации Волгоградской области по теме «Метатеоретическое обоснование императивов сохранения природного потенциала Волго-Ахтубинской поймы за счет развития туристско-рекреационной деятельности, минимизирующей антропогенную нагрузку от неорганизованного туризма».

Введение. Выявление и формулирование императивов сохранения природного потенциала, на базе развития туристско-рекреационной деятельности, позволяет определить принципы политики эффективного использования и защиты ресурсов природных парков. Этим обусловлена актуальность данной работы. Сложность выявления императивов сохранения природного потенциала особо охраняемых природных территорий усугубляется необходимостью учета многообразия взаимосвязанных природных, социальных, хозяйственных факторов, от которых зависят природные парки и, реализуемая на их территориях, туристическая деятельность. Успешное проведение таких комплексных работ целесообразно на базе метатеоретических позитивных исследований.

Целью работы является метатеоретические системно-позитивные исследования влияния туристско-рекреационной деятельности на потенциал природных парков. Достижение этой цели предполагает необходимость постановки и решения следующих задач:

- Выявить синтаксис структурного описания природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.
- Определить функциональное выражение структурного описания природного потенциала и рабочей гипотезы.
- Сформулировать семантику характеристик описания природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.
- Определить функциональные выраже-

ния следствий рабочей гипотезы воздействия туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.

- Сформулировать императивы целенаправленного воздействия туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.

Объектом исследования выступают процессы эффективного использования и совершенствования природных парков. Предметом исследования является система гармоничного взаимодействия потенциала природных парков и туристско-рекреационной деятельности.

1. Материалы и методы. Методология метатеоретического исследования

Структурное описание системного явления. Системно позитивные исследования влияния туристско-рекреационной деятельности на потенциал природных парков опираются на вторичную информацию, касающуюся изучаемых явлений. Она имеется в ряде источников, в которых описываются эти явления. Метатеоретический системно-позитивный анализ этой информации предполагает необходимость использования синтаксиса структурного описания предмета природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки.

Комплексный позитивный анализ системы природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки целесообразно проводить, используя совокупность известных на данный момент характеристик системной интерпретации явлений [3, 18]. Этот комплекс характеристик соответствует синтак-

сису структурного описания исследуемого предмета и рабочей гипотезы [4]. Комплекс этих характеристик приведен в табл. 1.

Синтаксис структурного описания связан с системным явлением посредством следующей трактовки.

- Система отношений субъектов по поводу объектов имеет результирующее свойство, определяемое причинно-следственными направленными процессами, протекающими при благоприятных условиях.

Предложенной трактовке соответствует следующее функциональное выражение структурного описания системного явления:

$S = f(P, C, A, B, D, F, E, G)$. Это функциональное выражение справедливо для категориального описания природного потенциала и процессов влияния туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка, а также для описания отношений сохранения природного потенциала за счет развития туристско-рекреационной деятельности. Семантику структурного описания природного потенциала и рабочей гипотезы получим посредством системно-позитивного анализа работ, содержащих результаты исследований природного потенциала, а также систем и процессов влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки.

Таблица 1 – Базис характеристик структурного описания системного явления

№	Идентификатор	Характеристики синтаксического образования
1	<i>P</i>	Классификационная характеристика системного явления
2	<i>A</i>	Характеристика субъектов
3	<i>B</i>	Характеристика объектов
4	<i>C</i>	Характеристика системообразующих свойств явления
5	<i>D</i>	Характеристика результирующего эффекта явления
6	<i>E</i>	Характеристика направленности процессов в явлении
7	<i>F</i>	Причинно-следственные процессы в явлении
8	<i>G</i>	Условия существования системного явления

Содержательное описание природного потенциала. Рассмотрим работы, в которых описаны результаты исследований свойств природного потенциала, как аспекта природной системы. О. В. Бурлакова и Р. М. Прытков отмечают, что природно-ресурсный потенциал является условием обеспечения конкурентных преимуществ региона. Внедрение инновационных технологий приводит к рациональному потреблению ресурсов [1].

Н.В. Святохо акцентирует внимание на трактовке потенциала, как на динамичной системной совокупности ресурсов, необходимых для создания и предоставления продуктов необходимого количества и качества [8].

Т.Н. Шаповалова и А. Серова трактуют природный потенциал как совокупность элементов природы, которые человек может использовать для удовлетворения своих по-

требностей. Для эффективного экономического роста необходимо достаточное количество и качество природных ресурсов [12].

А.В. Якушев приходит к выводу, что под природным агропотенциалом следует понимать способность природных систем давать человеку продукцию сельского хозяйства в соответствии с техническими и социально-экономическими возможностями общества, сохраняя среду обитания [14].

Y. Jiang, Y. Yuan, A. Neale, L. Jackson, M. Mehaffey обращают особое внимание на роль ресурсов природных парков в обеспечении здоровья и благосостояния человека [15].

И.Г. Юдаев и М.А. Тимошенко предлагают принимать меры, направленные на сохранение и развитие особо охраняемых природных территорий. Предлагают ужесточать экологические нормативы, вместе с тем предо-

ставлять однократные отсрочки для модернизации производств [13].

J.C. Ribeiro и L.C. Vareiro отмечают, что исправление недостатков, выявленных на уровне инфраструктуры, является важнейшим условием улучшения потенциала территории [17].

A.O. Ongdash, E. Ongdashuly и другие соавторы приходят к выводу, что современная экономика предполагает сохранение и эффективное использование природно-ресурсного потенциала. Концепция эффективного использования природных ресурсов ориентирована на сокращение использования ресурсов и рыночную саморегуляцию зеленой экономики [16].

С.А. Лавренченко, И.Г. Гладская, Л.В. Згонник, Л.В. Сумзина убедительно показывают, что мониторинг и планирование энергопотребления позволяют обеспечивать воплощение энергосберегающих мер, способствующих эффективному использованию природных ресурсов [5].

Рассмотренные работы, в которых приведены результаты исследований природного потенциала и факторов, оказывающих на него существенное влияние, позволяют определить свойства его характеристик и их содержательные описания. То есть определить множество характеристик природного потенциала: $N_{\text{пот}} = \{P_{\text{пот}}, C_{\text{пот}}, A_{\text{пот}}, B_{\text{пот}}, D_{\text{пот}}, F_{\text{пот}}, E_{\text{пот}}, G_{\text{пот}}\}$.

Влияния туристско-рекреационной деятельности на свойства природного парка и его потенциала. Характеристики рабочей гипотезы получим, используя вторичную информацию ряда работ, касающихся систем и процессов влияния туристско-рекреационной деятельности на систему ресурсов природного потенциала парка. О.В. Серова, А.Ю. Кулагин в своей статье отмечают, что на заранее проложенных тропах, с обустроенными стоянками, инструктор проводит инструктаж перед началом маршрута, сопровождаемого экскурсоводом. Увеличение количества предоставляемых экоуслуг способствует увеличению количества посетителей, возрастанию дохо-

дов природного парка, что обеспечивает экологическое благополучие природно-антропогенной среды благодаря: обустройству летних домиков, навесов, туалетов, организованных мест для палаток, столов; очистке территории и береговой полосы от мусора; установлению ограждений территории и водоохраной зоны, в целях предотвращения въезда автотранспорта [9].

В.А. Гибнер, Е.В. Гугуева, И.А. Кушакова, А.Ю. Букатина, Г.Ю. Клинова, А.В. Луконина, анализируя проблему восстановления природных экосистем природного парка «Волго-Ахтубинская пойма», отмечают, что активность представителей власти, бизнеса, рекреантов и местного населения целесообразно направлять на биологическую рекультивацию после проведения расчисток. Это будет способствовать восстановлению деградированных ландшафтов и гидрологического режима территории, а также созданию условий для рекреации [2].

Н.Ю. Святоха, И.Ю. Филимонова, И.Г. Яковлев в результате своих исследований обращают внимание на то, что экологический туризм является механизмом сохранения и защиты природы, реализованным на основе большого количества элементов особо охраняемых природных территорий, памятников природы, участков степей, которые используются как аттрактивные объекты. Туристам, специалистам, коренному населению региона следует взаимодействовать по поводу использования природных условий и уникальных объектов региона, карьеров рудных ископаемых и строительных материалов, искусственных лесонасаждений, дендрариев и аллей, способствующих развитию туризма. Экологический туризм является формой рационального природопользования, способствующей защите окружающей среды, приносящей немалые средства в бюджет. При грамотном управлении и планировании рекреационной сферы экотуризм является эффективным инструментом охраны окружающей среды. Туризм должен иметь организованную

форму, поскольку сохранение и защита окружающей среды возможны лишь при рациональном рекреационном природопользовании [7].

О.Н. Романчук выявил, что туристско-рекреационное использование природной территории предполагает: дежурство на ней медиков, спасателей, службы безопасности; оборудование противопожарных постов, зоны для купания; обработку её от вредных грызунов и клещей; обследование дна и очистку его акватории, лабораторные экспертизы проб воды. Персонал, пользователи и волонтеры благоустраивают рекреационные зоны, инфраструктуру особо охраняемых природных территорий, дорожно-тропиночную сеть; устанавливают домики, беседки-навесы, столы, скамейки, туалеты, шезлонги, пляжные зонты, душевые кабины и раздевалки, мусорные контейнеры; подвозят питьевую и техническую воду; вывозят мусор; размещают площадки для установки палаток и парковки автомобилей, спортплощадки, места для разведения костров. Все это позволяет: предлагать насыщенную культурную программу концертов, дискотек, кинотеатра под открытым небом; организовать рекреационное использование природных ресурсов для развития экологического и познавательного туризма. При правильной организации экологический туризм принесёт средства, которые будут направлены на содержание охраняемой территории, зарплату персоналу, ремонт дорог, обеспечение высокого уровня туристского сервиса, укрепление заболоченных мест, установку указателей. Это будет способствовать сохранению биологического разнообразия и природного наследия если природные парки будут сами проводить планирование, управление и мониторинг туристической деятельности [6].

Отмеченные работы, в которых приведены результаты исследований влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки и их ресурсный потенциал, используем для определения характеристик ра-

бочей гипотезы. Множество характеристик рабочей гипотезы имеет вид: $H_{\text{влиян}} = \{P_{\text{влиян}}, C_{\text{влиян}}, A_{\text{влиян}}, B_{\text{влиян}}, D_{\text{влиян}}, F_{\text{влиян}}, E_{\text{влиян}}, G_{\text{влиян}}\}$.

Следствия влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки и их потенциал. Системнопозитивное описание свойств характеристик системы природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки используем для выявления свойств соответствующих характеристических следствий. Эти следствия позволят сформулировать императивы целенаправленного воздействия туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.

Используя множество свойств характеристик ($N_{\text{пот}}$) природного потенциала и множество свойств характеристик рабочей гипотезы ($H_{\text{влиян}}$) влияний туристско-рекреационной деятельности на природные парки, получим множество следствий таких влияний. Система выражений, отражающих следствия влияний туристско-рекреационной деятельности на свойства природного парка и его природного потенциала, имеет вид:

$$\begin{cases} P^* = \varphi_P (P_{\text{пот}}; P_{\text{влиян}}) \\ C^* = \varphi_C (C_{\text{пот}}; C_{\text{влиян}}) \\ A^* = \varphi_A (A_{\text{пот}}; A_{\text{влиян}}) \\ B^* = \varphi_B (B_{\text{пот}}; B_{\text{влиян}}) \\ D^* = \varphi_D (D_{\text{пот}}; D_{\text{влиян}}) \\ F^* = \varphi_F (F_{\text{пот}}; F_{\text{влиян}}) \\ E^* = \varphi_E (E_{\text{пот}}; E_{\text{влиян}}) \\ G^* = \varphi_G (G_{\text{пот}}; G_{\text{влиян}}) \end{cases} \quad (1)$$

где φ_i – оператор воздействия определенной характеристики гипотезы туристско-рекреационной деятельности на характеристику потенциала природного парка. Для $i = P \div G$.

В результате позитивного анализа результатов воздействий характеристик $\{P_{\text{влиян}}, C_{\text{влиян}}, A_{\text{влиян}}, B_{\text{влиян}}, D_{\text{влиян}}, F_{\text{влиян}}, E_{\text{влиян}}, G_{\text{влиян}}\}$ гипотезы на характеристики природного потенциала $\{P_{\text{пот}}, C_{\text{пот}}, A_{\text{пот}}, B_{\text{пот}}, D_{\text{пот}}, F_{\text{пот}}, E_{\text{пот}}, G_{\text{пот}}\}$ выявим характеристики $\{P^*, C^*, A^*, B^*, D^*, F^*, E^*, G^*\}$ следствий. Полученные, в соответствии с системой (1), следствия используем для формулирования императивов мероприя-

тий, способствующих сохранению потенциала природного парка за счет развития туристско-рекреационной деятельности, минимизирующей антропогенную нагрузку от неорганизованного туризма.

2. Результаты

Позитивный анализ характеристик природного потенциала. Метатеоретическое описание характеристик природного потенциала ориентируем на синтаксис, приведенный в табл. 2, учитывающий соответствующие особенности системнопозитивных исследований.

Используя информацию, приведенную в отмеченных выше работах [1, 5, 8, 12, 13, 14, 15, 16, 17], в которых излагаются результаты исследований отношений природного потенциала и факторов, влияющих на него, выявим семантику синтаксических образований структурного описания предмета природного потенциала. Эта семантика будет соответствовать содержательному описанию исследуемых метатеоретических характеристик. В результате получим следующие характеристики природного потенциала.

$P_{\text{пот}}$: Природный потенциал является системой ресурсов природы, которые можно использовать для удовлетворения потребностей в продуктах необходимого количества и качества.

$A_{\text{пот}}$: Субъектами отношений природного потенциала являются общество, хозяйственники, целевые рынки производимой продукции, органы управления.

$V_{\text{пот}}$: Рекреационные, сельские и промышленные продукты формируются на базе совокупных ресурсов территории, резервов,

а также технических и социально-экономических возможностей с целью удовлетворения потребностей целевых рынков и общества.

$C_{\text{пот}}$: Системообразующими являются отношения мониторинга и планирования между окружающей средой и производственной сферой.

$D_{\text{пот}}$: Природные системы, сохраняя своё естественное состояние, предоставляют необходимое качество и количество природных ресурсов, максимально удовлетворяя хозяйственные потребности субъектов, обеспечивая эффективное использование природных ресурсов и конкурентные преимущества региона.

$F_{\text{пот}}$: Инновационные технологии сохранения сети особо охраняемых природных территорий способствуют: рациональному потреблению ресурсов; мониторингу и планированию энергопотребления; сохранению природной среды; воспроизводству использованных природных ресурсов; развитию природных парков, что позволяет создавать комплексы туристических услуг.

$E_{\text{пот}}$: Природный потенциал ориентируется на устойчивое развитие, оздоровление, сохранение и воспроизводство биологического и ландшафтного разнообразия.

$G_{\text{пот}}$: Условиями сохранения природного потенциала являются достаточное количество и качество природных ресурсов, реализация энергосберегающих мер, жесткие экологические нормативы модернизации предприятий, вместе с тем, допускающие предоставление отсрочек, если нет угроз окружающей среде.

Таблица 2 – Синтаксис структурного описания природного потенциала

№	Идентификатор	Содержательный признак синтаксического образования
1	$P_{\text{пот}}$	Классификационное свойство природного потенциала
2	$A_{\text{пот}}$	Свойства субъектов отношений природного потенциала
3	$V_{\text{пот}}$	Описание объектов отношений природного потенциала
4	$C_{\text{пот}}$	Системообразующие свойства природного потенциала
5	$D_{\text{пот}}$	Результирующий эффект отношений природного потенциала
6	$E_{\text{пот}}$	Направленность совершенствования природного потенциала
7	$F_{\text{пот}}$	Причинно-следственные процессы природного потенциала
8	$G_{\text{пот}}$	Условия, способствующие совершенствованию отношений природного потенциала

Позитивный анализ влияния туристско-рекреационной деятельности на свойства природного парка и его потенциала. Метатеоретическое описание влияния туристско-рекреационной деятельности на ресурсный потенциал природного парка, которое в исследовании принимаем как рабочую гипотезу, ориентируем на синтаксис, приведенный в табл. 3, учитывающий соответствующие особенности системно-позитивных исследований.

Используя информацию, рассмотренных выше работ [2, 6, 7, 9], а также материалы Международной научной конференции, организованной при финансовой поддержке РГНФ и Администрации Волгоградской области по проекту №16-12-34504. 22-23 сентября 2016 г. [10], выявим семантику, соответствующую синтаксису структурного описания гипотезы влияний туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка.

Рвлиян: Туристско-рекреационная система использования охраняемых природных территорий является механизмом сохранения и защиты природы, который характеризуется комплексом социо-экологических показателей рекреационной деятельности.

Свлиян: В природных парках дежурят медики, спасатели, служба безопасности, противопожарная служба. Территория обрабатывается от вредных грызунов и клещей, проводится обследование дна водоёмов и очистка его акватории, экспертиза проб воды. Экотуристические объекты, особо охраняемые природные территории, памятники природы являются аттрактивными центрами экологического туризма и фототуризма. Туристические группы получают инструктаж перед началом маршрута и сопровождаются эрудированными проводниками-экскурсоводами.

Авлиян: Туристы, посетители, рекреанты, представители власти, сотрудники парка, специалисты, предприниматели, волонтеры, коренное население региона.

Ввлиян: Инфраструктура особо охраняемых природных территорий, объекты культуры, карьеры рудных ископаемых и строи-

тельных материалов, искусственные лесонасаждения, дендрарии, аллеи, вольерное хозяйство, благоустроенные беседки, туалеты, площадки для установки палаток, спортплощадки, места для разведения козлов, дорожно-тропиночная сеть, плата за комплексы бытовых услуг и прокат, а также биологическая рекультивация после проведения расчисток способствуют сохранению природно-ресурсного потенциала.

Двлиян: Восстанавливаются деградированные ландшафты, организуется рекреационное использование природных ресурсов, развивается экологический и познавательный туризм. Туристам предлагают насыщенную культурную программу – концерты, дискотеки, театрализованные представления. Туризм становится формой рационального природопользования, способствующей защите окружающей среды, приносящей немалые средства в бюджет.

Фвлиян: При надлежащем планировании и управлении рекреационной сферы экологический туризм является эффективным инструментом охраны окружающей среды, приносит средства, которые следует направлять на содержание природных парков, зарплату персоналу, ремонт дорог, обеспечение высокого уровня туристского сервиса.

Евлиян: Развитие законов об охране памятников природы, сохранение биологического разнообразия и природного наследия, восстановление гидрологического режима территорий, создание условий для рекреации, увеличение перечня экоуслуг, увеличение количества посетителей, возрастание доходов от предоставления экоуслуг.

Гвлиян: Туризм должен иметь организованную форму, ориентированную на экологическое благополучие природно-антропогенной среды. Сохранение и защита окружающей среды возможны при рациональном рекреационном природопользовании, когда природные парки берут на себя планирование, управление и мониторинг туристической деятельности на своей территории.

Таблица 3 – Синтаксис структурного описания гипотезы влияний туристско-рекреационной деятельности на природный парк и его потенциал

№	Идентификатор	Содержательный признак синтаксического образования
1	$P_{\text{влиян}}$	Классификационное свойство системного влияния туристско-рекреационной деятельности на природный парк и его потенциал
2	$A_{\text{влиян}}$	Свойства субъектов взаимодействия туристско-рекреационной деятельности и потенциала природного парка
3	$B_{\text{влиян}}$	Описание объектов влияний туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка
4	$C_{\text{влиян}}$	Системообразующие свойства туристско-рекреационной деятельности в природном парке
5	$D_{\text{влиян}}$	Результирующий эффект влияний туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка
6	$E_{\text{влиян}}$	Направленность совершенствования туристско-рекреационной деятельности в природном парке
7	$F_{\text{влиян}}$	Причинно-следственные процессы влияний туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка
8	$G_{\text{влиян}}$	Условия, способствующие совершенствованию влияний туристско-рекреационной деятельности на природный парк и его потенциал

Выявленные и сформулированные характеристики содержат описания свойств, которые оказывают благотворное влияние на сохранение природного потенциала особо охраняемых природных территорий. То есть системы и процессы, способствующие обеспечению этих свойств, целесообразно реализовывать в природных парках.

Позитивный анализ следствий влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки и их потенциал. Используя систему выражений (1), определим следствия

влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал. В результате позитивного анализа результатов воздействий характеристик $\{P_{\text{влиян}}, C_{\text{влиян}}, A_{\text{влиян}}, B_{\text{влиян}}, D_{\text{влиян}}, F_{\text{влиян}}, E_{\text{влиян}}, G_{\text{влиян}}\}$ гипотезы на характеристики природного потенциала $\{P_{\text{пот}}, C_{\text{пот}}, A_{\text{пот}}, B_{\text{пот}}, D_{\text{пот}}, F_{\text{пот}}, E_{\text{пот}}, G_{\text{пот}}\}$ выявим характеристики $\{P^*, C^*, A^*, B^*, D^*, F^*, E^*, G^*\}$ следствий. В табл. 4 представлен синтаксис структурного описания следствий влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал.

Таблица 4 – Синтаксис структурного описания следствий влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал

№	Идентификатор	Содержательный признак синтаксического образования
1	P^*	Предназначение комплекса природного потенциала, обустроенного туристско-рекреационными компенсаторными влияниями
2	A^*	Субъекты отношений природного потенциала в условиях туристско-рекреационной деятельности в природном парке
3	B^*	Объекты взаимовлияний туристско-рекреационной деятельности и природного потенциала
4	C^*	Системообразующие свойства природного потенциала, поддерживаемого туристско-рекреационной деятельностью в природном парке
5	D^*	Результирующий эффект влияний туристско-рекреационной деятельности на природный парк и его потенциал
6	E^*	Направленность совершенствования природного потенциала под воздействием туристско-рекреационной деятельности
7	F^*	Причинно-следственные процессы влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал
8	G^*	Условия, способствующие совершенствованию влияний туристско-рекреационной деятельности на природный парк и его потенциал

Определим семантику структурного описания следствий влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал. Получим следующую трактовку предназначения комплекса природного потенциала, обустроенного туристско-рекреационными компенсаторными влияниями:

***Р*:** Туристско-рекреационная система использования охраняемых природных территорий является механизмом сохранения и защиты природного потенциала удовлетворения общественных потребностей в продуктах необходимого количества и качества. Комплекс природного потенциала, обустроенный туристско-рекреационными компенсаторными влияниями, характеризуется совокупностью взаимосвязанных социально-экологических показателей рекреационной деятельности.*

Семантика субъектов реализации природного потенциала в условиях туристско-рекреационной деятельности следующая:

***А*:** Субъектами отношений природного потенциала в условиях туристско-рекреационной деятельности являются целевые рынки, хозяйственники, органы управления, то есть: туристы, посетители, рекреанты, коренное население региона, потребляющие производимую продукцию сервиса и туризма; сотрудники парка, специалисты, предприниматели, волонтеры, предоставляющие гостеприимные, привлекательные услуги сервиса и туризма; общественность и представители власти, обеспечивающие благоприятные условия для бизнеса и отдыха.*

Объекты взаимовлияний туристско-рекреационной деятельности и природного потенциала имеют следующее описание:

***В*:** Особо охраняемые природные территории, их инфраструктура, объекты культуры, карьеры, искусственные лесонасаждения, дендрарии, аллеи, вольерное хозяйство, благоустроенные бесед-*

ки, туалеты, площадки для установки палаток, спортплощадки, места для разведения костров, дорожно-тропиночная сеть и другие рекреационные продукты формируются на базе ресурсов территории, резервов, а также технических и социально-экономических возможностей. Эти работы проводятся с целью: развития сервиса и туризма; удовлетворения потребностей целевых рынков; получения оплаты за реализуемые комплексы бытовых, развлекательных, оздоровительных услуг; сохранения и биологической рекультивации ресурсов.

Трактовка системообразующих свойств природного потенциала, поддерживаемого туристско-рекреационной деятельностью в природном парке имеет вид:

***С*:** Системообразующими являются отношения мониторинга и планирования между окружающей средой и производственной сферой. Экотуристические объекты, особо охраняемые природные территории, памятники природы являются аттрактивными центрами экологического, аграрного, познавательного и фото туризма. Туристические группы получают инструктаж перед началом маршрута и сопровождаются эрудированными проводниками-экскурсоводами. В природных парках дежурят медики, спасатели, службы безопасности, противопожарные службы. Территория обрабатывается от вредных грызунов и клещей, проводится обследование дна водоёмов и очистка их акваторий, экспертиза проб воды.*

Результирующий эффект влияний туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал имеет следующее описание:

***Д*:** Туристско-рекреационное использование природных ресурсов ориентировано на развитие экологического, аграрного, познавательного и фото туризма, когда природные системы, сохраняя своё естественное состояние, восстанавли-*

вая деградированные ландшафты, предоставляют необходимое качество и количество природных ресурсов, максимально удовлетворяя хозяйственные потребности субъектов, обеспечивая эффективное использование природных ресурсов и конкурентные преимущества региона. При этом туристам предлагается насыщенная культурная программа – концерты, дискотеки, кинотеатры и т.п. Туризм становится формой рационального природопользования, способствующей защите окружающей среды, приносящей немалые средства в бюджет.

Получено следующее описание направленности совершенствования природного потенциала под воздействием туристско-рекреационной деятельности:

Е*: Развитие законов об охране памятников природы способствует: устойчивому развитию природного потенциала; оздоровлению, сохранению и воспроизводству биологического и ландшафтного разнообразия, а также природного наследия; восстановлению гидрологического режима территорий. Это способствует созданию условий для рекреации, увеличению перечня экоуслуг и количества посетителей, возрастанию доходов от предоставления экоуслуг.

Причинно-следственные процессы влияния туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал имеют следующую трактовку:

Г*: Инновационные технологии мониторинга, планирования, управления и сохранения рекреационной сферы особо охраняемых природных территорий способствуют: рациональному потреблению ресурсов; сохранению природной среды; производству использованных природных ресурсов; развитию природных парков, что позволяет создавать комплексы востребованных туристических услуг. Экологический туризм стано-

вится эффективным инструментом охраны окружающей среды, приносит средства, которые следует направлять на зарплату персоналу, ремонт дорог, обеспечение высокого уровня туристского сервиса, содержание природных парков.

Условия, способствующие совершенствованию влияния туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал, имеют следующее содержание:

Г*: Условиями сохранения природного потенциала являются: организованная форма туризма, ориентированная на экологическое благополучие природно-антропогенной среды и реализацию энергосберегающих мер; жесткие экологические нормативы модернизации предприятий, когда охраняемые территории берут на себя функции планирования, управления и мониторинга туристической деятельности; рациональное рекреационное природопользование, допускающее предоставление однократных отсрочек, если нет угрозы сохранению свойств окружающей среды.

3. Обсуждение

Описания следствий влияния туристско-рекреационной деятельности на природный потенциал являются результатами системно-позитивных исследований объективной информации результатов ранее проведенных работ. Это позволяет их использовать для формулирования императивов, которые «имеют объективную значимость» [11, с. 332]. Используем полученные следствия для выявления императивов целенаправленного воздействия туристических организаций на благополучие природных парков. В результате получим комплекс принципов, которые целесообразно использовать для формирования политики сохранения природного потенциала особо охраняемых территорий благодаря реализации на них организованной туристско-рекреационной деятельности. Сформулируем императивы рациональных влияний туристско-рекреационной деятельности на потенци-

ал природных парков.

1. Туристско-рекреационные компенсаторные влияния способствуют сохранению и защите природного потенциала, который является системой ресурсов природы, используемых для удовлетворения общественных потребностей в продуктах необходимого количества и качества. Комплекс природного потенциала, обустроенный туристско-рекреационными компенсаторными влияниями, следует контролировать совокупностью взаимосвязанных социо-экологических показателей рекреационной деятельности.

2. Экотуристические объекты, особо охраняемые природные территории, памятники природы являются аттрактивными центрами экологического, аграрного, познавательного и фото туризма. Их должны обслуживать (наряду с эрудированными проводниками-экскурсоводами) медики, спасатели, службы безопасности, противопожарные службы. Необходимо обрабатывать соответствующую территорию от вредных грызунов и клещей, проводить обследование дна водоёмов, очистку их акваторий, экспертизу проб воды.

3. Целевые рынки продукции природного парка (туристы и экскурсанты из числа местного населения и жителей других регионов), потребляющие производимую продукцию сервиса и туризма; хозяйственники (сотрудники парка, специалисты, предприниматели, волонтеры), предоставляющие гостеприимные, привлекательные услуги сервиса и туризма; органы управления (общественные организации и представители власти), обеспечивающие благоприятные условия для бизнеса и отдыха, должны иметь симметричные интересы организации туристско-рекреационной деятельности в природных парках.

4. Удовлетворение основных потребностей целевых рынков сервиса и туризма, биологическая рекультивация использованных природных ресурсов, получение оплаты за комплексы бытовых, развлекательных, оздоровительных услуг реализуется на базе ресур-

сов особо охраняемых территорий, их резервов, а также технических и социально-экономических возможностей. Основными объектами, удовлетворяющими потребности целевых рынков, являются: дендрарии, аллеи, вольерное хозяйство, лесонасаждения, благоустроенные беседки, туалеты, площадки для установки палаток, спортплощадки, места для разведения костров, дорожно-тропиночная сеть и другие объекты инфраструктуры.

5. Туристско-рекреационное использование природных ресурсов следует ориентировать на развитие экологического и познавательного туризма, когда природные системы, сохраняя своё естественное состояние, предоставляют необходимое качество и количество природных ресурсов, максимально удовлетворяя хозяйственные потребности субъектов, и обеспечивая конкурентные преимущества региона. При этом туристы могут получать насыщенную культурную программу – концерты, дискотеки, театральные мероприятия и т.п. Туризм становится формой рационального природопользования, способствующей защите окружающей среды, приносящей немалые средства в бюджет.

6. Развитие законов об охране памятников природы способствует: устойчивому развитию природного потенциала; оздоровлению, сохранению и воспроизводству биологического и ландшафтного разнообразия, а также природного наследия; восстановлению гидрологического режима территорий. Это способствует совершенствованию рекреаций, увеличению перечня экоуслуг и количества посетителей, возрастанию доходов от предоставления экоуслуг.

7. Экологический туризм следует акцентировать на охране окружающей среды, а получаемые средства следует направлять на зарплату персоналу, ремонт дорог, обеспечение высокого уровня туристского сервиса, содержание природных парков. Планирование и управление рекреационной сферы особо охраняемых природных территорий способствуют: рациональному потреблению ресур-

сов; сохранению природной среды; воспроизводству использованных природных ресурсов; развитию природных парков, созданию комплексов востребованных туристических услуг.

8. Охраняемые территории берут на себя функции планирования, управления и мониторинга туристической деятельности, ориентированной: на экологическое благополучие природно-антропогенной среды; реализацию энергосберегающих мер; жесткие экологические нормативы модернизации предприятий; предоставление однократных отсрочек, если нет угрозы сохранению благополучия окружающей среды. Это будет способствовать эффективному использованию природных ресурсов, развитию энергоэффективных технологий, сокращению производства энергии, что приведёт к снижению количества выбросов парниковых газов и улучшению условий жизни человека.

Заключение. Апробирован системно-позитивный подход к определению императивов сохранения природного потенциала особо охраняемых природных территорий на базе развития на них туристско-рекреационной деятельности. В этом исследовании метатеоретический анализ системы природного потенциала и рабочей гипотезы влияния на неё туристско-рекреационной деятельности проведены на множестве свойств синтаксиса и семантики описания природного парка.

Проведён комплексный позитивный анализ системы природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки, используя совокупность характеристик метатеоретической интерпретации системного явления. Этот комплекс характеристик соответствует синтаксису структурного описания системы.

Получена семантика структурного описания исследуемой системы и рабочей гипотезы посредством позитивного анализа вторичной информации ряда ранее проведенных работ, касающихся природного потенциала, а также систем и процессов влияния туристско-рекреационной деятельности на ресурсы природного потенциала парка.

Системнопозитивное описание свойств характеристик природного потенциала и рабочей гипотезы влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки использованы для выявления свойств соответствующих характеристических следствий. Выявленные и сформулированные характеристики содержат описания свойств, которые оказывают благотворное влияние на сохранение природного потенциала особо охраняемых природных территорий. В работе приведена система выражений, отражающих получение следствий влияний туристско-рекреационной деятельности на свойства природного парка и его природного потенциала.

Полученные следствия использованы для формулирования императивов мероприятий, способствующих сохранению потенциала природного парка за счет развития туристско-рекреационной деятельности, минимизирующей антропогенную нагрузку от неорганизованного туризма. Эти императивы целенаправленного воздействия туристско-рекреационной деятельности на потенциал природного парка соответствуют принципам организации систем и процессов природных парков.

Сформулированный комплекс принципов целесообразно использовать для формирования политики сохранения природного потенциала особо охраняемых территорий благодаря реализации на них организованной туристско-рекреационной деятельности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Бурлакова О.В., Прытков Р.М.** Природно-ресурсный потенциал и устойчивое развитие региональной системы // Вестник ОГУ. 2014. №14. С. 89-95.
2. **Гибнер В.А., Гугуева Е.В., Кушакова И.А., Букатина А.Ю., Клинова Г.Ю., Луконина А.В.**

- Организация деятельности по восстановлению природных экосистем на территории биосферного резервата «природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». 2015. №4(38). С. 120-124.
3. **Дьяченко А.В.** Метатеория императивов развития экономической инфраструктуры // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование. 2016. №4(44). С. 286-292.
 4. **Дьяченко А.В.** Метатеоретические исследования искусства музейной организации // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т.12. №1. С. 7-17. DOI: 10.24411/1995-0411-2018-10102.
 5. **Лавренченко С.А., Гладская И.Г., Згонник Л.В., Сумзина Л.В.** Умный энергометр // Управление качеством электрической энергии: Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23–25.11.2016): Материалы. М.: ООО «Центр полиграф. услуг Радуга», 2017. С. 177–184.
 6. **Романчук О.Н.** Развитие экологического туризма и рекреации на особо охраняемых природных территориях Красноярского края // Вестник Крас ГАУ. 2017. №8. С.141-146.
 7. **Святоха Н.Ю., Филимонова И.Ю., Яковлев И.Г.** Экологический туризм как форма рационального рекреационного природопользования (на примере Оренбургской области) // Вестник Оренбургского государственного университета. 2016. № 8 (196). С.70-75.
 8. **Святоха Н.В.** Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона // Экономика и управление. 2007. № 2. С. 30-35.
 9. **Серова О.В., Кулагин А.Ю.** Рекреационное природопользование и экологические риски на территории горно-лесной зоны республики Башкортостан // Карельский научный журнал. 2016. Т. 5. № 3(16). С. 81-84.
 10. Императивы развития инфраструктуры гостеприимства в регионе / Материалы Международной научной конференции, организованной при финансовой поддержке РГНФ и Администрации Волгоградской области по проекту №16-12-34504. 22-23 сентября 2016 г. Волгоград. Волгоградский ГАУ. 2016. 324 с.
 11. **Кант И.** Критика практического разума / Сочинения в 6 тт. М.: Мысль, 1965. Т.4. Ч.1. С. 311-501.
 12. **Шаповалова Т.Н., Серова А.** Природно-ресурсный потенциал в экономической системе региона // Вестник ОГУ. 2008. №8. С. 118-122.
 13. **Юдаев И.Г., Тимошенко М.А.** Воспроизводственный потенциал экосистемы Волго-Ахтубинской поймы / Альтернативы регионального развития (Шабунинские чтения), II Междунар. науч.-практ. конф. Волгоград, 7–8.10.2011. URL: <http://shabunin.info/>
 14. **Якушев А.В.** Природный агропотенциал – основополагающее понятие сельскохозяйственного природопользования // Вестник МГОУ, сер. «Естественные науки». 2009. №3. С. 155-160.
 15. **Jiang Y. Yu., Neale Y., Jackson A., Mehaffey L.M.** Association between Natural Resources for Outdoor Activities and Physical Inactivity: Results from the Contiguous United States International // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2016. 13. 830; doi:10.3390/ijerph13080830.
 16. **Ongdash A.O., Ongdashuly E., Amandosuly B., Chukubayev Y.S., Useynova G.R., Useinova K.R., Altaeva G.O., Imasheva G.M., Zholdasova G.I.** Natural Resource Potential of the World Economy under Globalization // Biosciences Biotechnology Research Asia. 2015. Vol. 12(3). P. 2681-2687.
 17. **Ribeiro J.C., Vareiro L.C.** The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal) // Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies. In Tech Publisher. 2012. P. 339-356.
 18. **Sizeneva L.A., Dyachenko A.V., Kosulnikova T.L.** The Metatheoretical Study of the Tourism System of the Volgograd Region and the Study of Preferences of Consumers of Regional Tourism Products // International Journal of Engineering & Technology. 2018. 7(4.38). P. 502-514.

Alexander V. DYACHENKO^a,
Tatyana L. KOSULNIKOVA^b,
Lidiya A. SIZENEVA^c,
Zulfiya M. KAZIEVA^d

^{a-d} *Volgograd State Agrarian University (Volgograd, Russia);*
^a *PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: marketec@mail.ru;*
^b *PhD in Agricultural Sciences, Associate Professor;*
e-mail: kosmosleta@mail.ru;
^c *PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: sizeneva.l.a@mail.ru;*
^d *PhD student, teacher; e-mail: zraskalieva@mail.ru*

META-THEORY OF INFLUENCE OF TOURIST-RECREATIONAL ACTIVITIES ON NATURAL PARKS

The article considers the results of the study of the impact of tourist and recreational activities on the potential of natural parks. The author's approach to the metatheoretic definition is used: the system under study, the working hypothesis and its consequences. The semantics of characteristics (structural description of the natural potential and working hypothesis of the impact of tourist and recreational activities on specially protected natural areas) was obtained through a positive analysis of a number of previous works. The properties of the natural potential and the working hypothesis are used to identify the corresponding characteristic consequences. These consequences are the basis for the formulation of the imperatives of the purposeful impact of tourism and recreational activities on the potential of the natural park. As a result, a set of principles that can be used to form a policy of tourist and recreational activities in specially protected natural areas is obtained. It is revealed that tourist and recreational compensatory influences contribute to the preservation and protection of natural potential, which is a system of natural resources used to meet social needs. For environmental tourism, cognitive tourism, and phototourism are attractive ecotouristic facilities, protected areas, and monuments of nature. It is necessary to treat these areas from harmful rodents and mites, to conduct diving inspection of the bottom of reservoirs, cleaning their waters, examination of water samples. In the process of economic activity, the target markets of natural park products, business executives, management bodies should have symmetrical interests in the organization of tourist and recreational activities in natural parks. In this case, tourism becomes a form of environmental management, contributing to the protection of the environment, bringing funds to the budget.

Keywords:

*metatheory,
working hypothesis,
tourist and recreational activities,
natural potential,
biological and landscape
diversity, natural resources,
imperatives, development,
reproduction*

The work is supported by RFBR grant No 18-410-342002 and administration of Volgograd region on the theme "Metatheoretic justification of the imperatives of preserving the natural capacity of Volga-Akhtuba floodplain due to the development of tourism and recreational activities, minimizing human-induced pressures from the unorganized tourism".

References

1. **Burlakova, O. V., & Prytkov, R. M.** (2014) Prirodno-resursnyj potencial i ustojchivoe razvitie regional'noj sistemy [Natural resource potential and sustainable development of regional systems]. *Vestnik OGU [Vestnik OSU]*, 14, 89-95. (In Russ.).
2. **Gibner, V. A., Gugueva, E. V., Kushakova, I. A., Bukatina, A. Yu., Klinkova, G. Yu., & Lukonina, A. V.** (2015). Organizaciya deyatelnosti po vosstanovleniyu prirodnyh ekosistem na territorii biosfernogo rezervata «prirodnyj park «Volgo-Ahtubinskaya pojma» [Organization of work in restoration of natural ecosystems at the territory of the biosphere wildlife reserve «Natural Park

- «Volga-Akhtuba Floodplain»]. *Elektronnyj nauchno-obrazovatel'nyj zhurnal VGSPU «Grani poznaniya» [Electronic scientific-educational journal WGSU "Facets of Knowledge"]*, 4(38), 120-124. (In Russ.).
3. **Dyachenko, A. V.** (2016). Metateoriya imperativov razvitiya ekonomich-eskoi infrastruktury [Imperatives meta-theory of economic infrastructure development]. *Izvestiya Nizhnevolzhskogo agrouniversitetskogo kompleksa: Nauka i vysshee professionalnoe obrazovanie [News of the Nizhnevolzhsky agrouniversity complex: science and higher professional education]*, 4(44), 286-292. (In Russ.).
 4. **Dyachenko, A. V.** (2018). Metateoreticheskiye issledovaniya iskusstva muzeynoy organizatsii [The art of the museum organization: An metatheoretical research. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 12(1), 7-17. doi: 10.24411/1995-0411-2018-10102. (In Russ.).
 5. **Lavrenchenko S. A., Gladskaya I. G., Zgonnik L. V., & Sumzina L. V.** (2017). Umnyj energometr [Smart energy meter]. *Upravlenie kachestvom elektricheskoy energii [Power quality management]: International Conference. Moscow: Centr poligraficheskikh uslug Raduga*, 177–184. URL: <https://t.co/eqjavwSsuY> (In Russ.).
 6. **Romanchuk, O. N.** (2017). Razvitie ekologicheskogo turizma i rekreacii na osobo ohranyaemykh prirodnih territoriyah Krasnoyarskogo kraja [Development of ecological tourism and recreation in specially protected natural areas of Krasnoyarsk Krai]. *Vestnik KrasGAU [Bulletin of KrasSAU]*, 8, 141-146. (In Russ.).
 7. **Svyatokho, N. Yu., Filimonova, I. Yu., & Yakovlev, I. G.** (2016). Ekologicheskij turizm kak forma racional'nogo rekreacionnogo prirodopol'zovaniya (na primere Orenburgskoj oblasti) [Ecological tourism as a form of rational recreation nature management (through the example of Orenburg region)]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Vestnik of the Orenburg State University]*, 8(196), 70-75. (In Russ.).
 8. **Svyatokho, N. V.** (2007). Konceptual'nye osnovy issledovaniya turistskogo potentsiala regiona [Conceptual bases of research of tourist potential of region]. *Ekonomika i upravlenie [Economy and management]*, 2, 30-35. (In Russ.).
 9. **Serova, O. V., & Kulagin, A. Yu.** (2016). Rekreacionnoe prirodopol'zovanie i ekologicheskie riski na territorii gorno-lesnoj zony respubliky Bashkortostan [Recreational use of natural resources and environmental risks in the mountain-forest zone of the Republic of Bashkortostan]. *Karel'skij nauchnyj zhurnal [Karelian scientific journal]*, 5(16), 81-84. (In Russ.).
 10. (2016). *Imperativy razvitiya infrastruktury gostepriimstva v regione [Imperatives of development of hospitality infrastructure in the region]*. Proceedings of the International Scientific Conference. Volgograd: Volgograd State Agricultural University. (In Russ.).
 11. **Kant, I.** (1965). Kritika prakticheskogo razuma [Criticism of practical reason]. In book: *Sochineniya v shesti tomah [Works in six volumes]*. Moscow: Mysl', 4(1), 311-501. (In Russ.).
 12. **Shapovalova, T. N., & Serova, A.** (2008). Prirodno-resursnyj potentsial v ekonomicheskoy sisteme regiona [The natural resource potential in the economic system of the region]. *Vestnik OGU [Vestnik OSU]*, 8, 118-122. (In Russ.).
 13. **Yudaev, I. G., & Timoshenko, M. A.** (2011). Vosproizvodstvennyj potentsial ekosistemy Volgo-Ahtubinskoj pojmy [Reproductive potential of the ecosystem of the Volga-Akhtuba floodplain]. *Al'ternativy regional'nogo razvitiya (Shabuninskie chteniya) [Alternatives for regional development (Shabunina reading)]*: II international scientific-practical conference, Volgograd, 7 – 8 October 2011. URL: <http://shabunin.info/> (In Russ.).
 14. **Yakushev, A. V.** (2009). Prirodnyj agropotentsial – osnovopolagayushchee ponyatie sel'sko-hozyajstvennogo prirodopol'zovaniya [Natural agropotential – a fundamental concept of agricultural environmental management]. *Vestnik MGOU, seriya «Estestvennye nauki» [Bulletin MSOU series "Natural Sciences"]*, 3, 155-160. (In Russ.).
 15. **Jiang, Y. Yu., Neale, Y., Jackson, A., & Mehaffey L.** (2016). Association between Natural Re-

- sources for Outdoor Activities and Physical Inactivity: Results from the Contiguous United States International. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13, 830. doi: 10.3390/ijerph13080830.
16. **Ongdash, A. O., Ongdashuly, E., Amandosuly, B., Chukubayev, Y. S., Useynova, G. R., Useinova, K. R., Altaeva, G. O., Imasheva, G. M., & Zholdasova, G. I.** (2015). Natural Resource Potential of the World Economy under Globalization. *Biosciences Biotechnology Research Asia*, 12(3), 2681-2687.
17. **Ribeiro, J. C., & Vareiro, L. C.** (2012). The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*. In Tech Publisher, 339-356.
18. **Sizeneva, L. A., Dyachenko, A. V., & Kosulnikova, T. L.** (2018). The Metatheoretical Study of the Tourism System of the Volgograd Region and the Study of Preferences of Consumers of Regional Tourism Products. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.38), 502-514.

Дьяченко А.В., Косильникова Т.Л., Сизенева Л.А., Казиева З.М. Метатеория влияния туристско-рекреационной деятельности на природные парки // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 19-34. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10102.

Dyachenko, A. V., Kosulnikova, T. L., Sizeneva, L. A., & Kazieva, Z. M. (2019). Meta-theory of influence of tourist-recreational activities on natural parks. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 19-34. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10102. (In Russ).

КИРИЛЛОВ Владимир Петрович

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Москва, РФ);
кандидат исторических наук, доцент; e-mail: v.kirillov2010@mail.ru*

КИРИЛЛОВА Галина Владимировна

*Российский университет транспорта (МИИТ) (Москва, РФ);
кандидат технических наук, доцент; e-mail: galinakir2015@yandex.ru*

Антитеррористическая защита туризма невоенными способами

В современных условиях, терроризм, паразитируя на развитии науки и техники, трансграничных связей и миграционных потоков, достиг глобальных масштабов. Основным способом его деятельности является массовое уничтожение ни в чем не повинных людей, распространение страха и паники в целях оказания выгодного для себя давления на государственную власть. Особым приоритетом для террористов становится туризм, который привлекает преступников своими растущими масштабами, многонациональным составом, возможностью и простотой реализации террористических угроз в отношении граждан разных стран. Россия предпринимает активные меры обеспечения безопасности в сфере туризма и гостеприимства. Сформирована и успешно действует общегосударственная система противодействия терроризму. На профилактику и предупреждение терактов нацелены специальные органы и силовые ведомства. Однако, успех контртеррористических мероприятий во многом зависит не только от деятельности государственных органов, но и от активного участия в этом всего общества и каждого гражданина. Немаловажное значение в этом принадлежит университету туризма и сервиса, другим гуманитарным и техническим вузам, выпускники которых становятся специалистами и руководителями в индустрии туризма. Исходя из этого, в настоящей статье определена динамика влияния терроризма на развитие туризма, проведено исследование готовности выпускников к обеспечению безопасности подведомственных объектов на основе использования методов невоенного противодействия терроризму.

Ключевые слова:
влияние терроризма на туризм, уровень антитеррористической подготовки, опыт невоенного противодействия терроризму, обеспечение безопасности объектов, защищенность туристов

Введение. Одной из важнейших проблем послания Президента Путина В.В. парламенту РФ стала борьба с нарастающей террористической угрозой. В современных условиях идеологи терроризма ведут политическую борьбу с применением насилия и обще-

ственно опасных действий, направленных на устрашение населения, дестабилизацию общества, подрыв властных структур и достижение уступок со стороны государства. По своим масштабам, бесчеловечности и жестокости терроризм представляет собой мировую про-

блему¹.

Современные условия предоставляют широкие возможности для его распространения. Этому способствуют, во-первых, развитие техники, транспорта, средств связи и орудий массового убийства. Во-вторых, система общественных отношений, обеспечивает свободу передвижения, миграции и туризма. В-третьих, уязвимость жизнеобеспечивающих объектов и управленческих систем, позволяют быстро наносить ущерб населению и экономике. В-четвертых, простота осуществления техногенных преступлений делает доступным разрушение наиболее важных объектов. И в-пятых, широкие демократические свободы затрудняют контроль за международными террористическими организациями².

Актуальность настоящей статьи обусловлена:

- ростом количества жертв и масштабов разрушений, наносимых мировым терроризмом вообще и в области туризма, в частности;
- необходимостью повышения роли выпускников высших учебных заведений в борьбе против терроризма на занимаемых должностях;
- стремлением автора усилить систему противодействия терроризму невоенными способами за счет усиления гражданского сопротивления.

Целью работы является: на основе исследования антитеррористической подготовки студентов гуманитарных и технических вузов определить готовность выпускников к деятельности по профилактике и противодействию экстремизму и терроризму на должностях специалистов и руководителей в сфере туризма и гостеприимства.

Исходя из этого в статье предпринята, попытка решить следующие проблемы.

¹ Послание Президента Федеральному Собранию Российской Федерации, 20 февраля 2019 г.// Российская газета, 21.02.2019 г.

² Путин В.В. Послание Федеральному собранию РФ, 1 марта 2018 г. URL: <http://debatepolitics.ru/showthread.php?t=11079>.

1) Используя методы статистического анализа, обосновать влияние терроризма на динамику развития туризма.

2) На основе результатов социологического исследования выявить недостатки в сфере формирования знаний, умений и готовности выпускников противодействовать террористическим угрозам.

3) Раскрыть место и роль выпускников вузов в процессе противодействия терроризму невоенными способами.

Объектом настоящей статьи является антитеррористическая защита в области туризма и сервиса. Предметом исследования – готовность выпускников вузов противодействовать проявлениям терроризма в сфере профессиональной деятельности.

Научная новизна заключается в анализе влияния терроризма на туристическую деятельность, выявлении недостатков в антитеррористической подготовке студентов и рекомендациях по профилактике и противодействию террористическим угрозам невоенными способами.

Прикладное значение статьи состоит в возможности использования ее содержания студентами и преподавателями в процессе изучения и преподавания учебных дисциплин антитеррористической направленности.

Влияние терроризма на динамику развития туризма и сервиса

Длительное время считалось, что объектами террористических атак являются промышленные, финансовые и транспортные структуры, компьютерные системы, подразделения жизнеобеспечения, органы государственной и муниципальной власти и массовые скопления людей. Считалось, что туризм не представляет интереса для террористов, поскольку они исключительно нацелены только на те объекты, которые позволяют: нанести наибольший экономический ущерб противнику, достичь массовых жертв и посеять панику, минимизировать затраты на подготовку преступления, обеспечить простоту осуществления теракта, поразить массовое скопление

людей, посеять панику, придать теракту политическую или культовую окраску, привлечь внимание средств массовой информации и оказать давление на правительство.

По статистическим данным западных исследователей малочисленные потоки туристов 60 – 70 годов прошлого века по всем признакам не подпадали под перечисленные условия [1, с. 3]. Но на рубеже XX – XXI веков туризм приобрел характер массового явления и стал привлекательным объектом для террористических атак. К тому же это было обусловлено рядом других причин:

- идеологические и моральные ценности, которые приносили путешественники в места временного пребывания подрывали ложные философские и этические устои экстремистов;

- рост масштабов, разнообразие и незащищенность туризма привлекали возможностью легко осуществить теракт, посеять панику среди населения многих стран;

- высокая доля туризма в доходах принимающих стран соблазняли простотой лишения их доходов путем прерывания туристского потока и ставили в зависимость от руководства террористических центров;

- сосредоточение на мировых курортах и

в культурно-исторических центрах туристов из разных стран представляло широкие возможности для распространения страха перед террором по всему миру;

- даже незначительные теракты в сфере туризма давали широкие возможности диктовать требования террористов к руководству многих стран.

Посредством насилия террористы стали выдвигать политические, экономические, националистические и религиозные требования к правительствам многих стран. И, несмотря на то, что индустрия туризма занимала незначительную часть мировой экономики, тем не менее, воздействие террористов оказалось довольно болезненным [5, с.3].

Анализ зарубежной статистики показывает, что общее количество жертв среди туристов сравнительно невелико: в среднем 1,5-2,0 % от общего количества погибших от рук террористов (табл. 1). Данные представлены без учета случаев взятия в заложники, жертв локальных войн, смертей в результате дорожно-транспортных происшествий, получения бытовых травм, отравлений, заболеваний, летальных исходов от пьянства и наркомании. Взятые исключительно смертельные случаи в результате терактов³.

Таблица 1 – Количество лиц, погибших от рук террористов с 1991 года по настоящее время в группах стран³

№ п/п	Группы стран	Общее количество погибших	В том числе туристы
1	Азиатские страны	10745	214
2	Африканские страны	6025	120
3	Страны северной Америки	4329	65
4	Европейские страны	1616	15
5	Страны Латинской Америки	1142	23
6	Страны СНГ	3580	107
	Итого	27437	544

³ Рейтинг причин смерти туристов. URL: CountryScanner.ru/news/rejting-prichin...turistov/; URL: <http://lenta.ru/news/2015/09/04/turizmdown/> (Дата обращения: 28.12.2018).

Как видно из приведенных данных, количество жертв среди туристов за исследуемый период составил 1,98% от общего числа смертей от рук террористов. Однако, анализ западной прессы показывает, что даже незначительное количество жертв среди туристов наносит большой урон обществу и позволяет террористам добиваться всплеска паники и страха во многих странах. В этом проявляется не столько активное, сколько пассивное влияние терроризма, когда результат «возникает не в процессе теракта, а в ходе распространения информации о нем» [2, с. 415]. То есть, распространение сведений о теракте через средства массовой информации и через самих туристов, существенно повышает беспокойство во всем мире, позволяет экстремистам осуществлять политическое и психологическое давление на общественное мнение и органы управления многих стран.

Пассивное влияние на сферу туризма оказывают даже незначительные теракты:

- угрозы израильским туристам в Момбасе (Кения 2004 - 2006) и в Джербе (Тунис 2012-2014 гг.), как выражение протеста против Израиля;

- протесты басков в Испании в 2010 - 2017 гг., которые преследовали цель демонстрации своих интересов перед зарубежными туристами;

- нападения курдов в Турции (2008 - 2013 гг.) на туристов с целью привлечения внимания мирового сообщества к территориальным проблемам;

- выступления в Бали (Индонезия 2002-2016 гг.) против американских туристов напрямую связанные с критикой экспансии США в Юго-Восточной Азии.

Эти и целый ряд других терактов, показывают, что мировой терроризм использует нападения на туристов в целях оказания влияния во всех уголках мира.

Статистический анализ показывает, что терроризм в сфере туризма носит не только политический, экономический, националисти-

ческий и религиозный характер, но и финансово-экономический с целью получения материальной выгоды. Это осуществляется путем пиратства, захвата и грабежа туристов, получения выкупа за заложников, взимания платы за «покровительство», спекуляции наркотиками, оружием и контрабандой, регулирования мировых цен на энергоносители, поддержки инвестиционной привлекательностью отдельных стран, изолирования неугодных территорий от экономических связей.

Не меньшую опасность для туризма представляет культурно-мотивированный терроризм. Посредством которого происходит истребление культуры, верований и духовности, не соответствующих интересам идеологов терроризма. Научные источники представляют множество примеров негативного влияния терроризма на развитие туризма, приводящее к сокращению его потоков. Так, например, только в 2015 г.:

- ✦ после участвовавших ракетных обстрелов со стороны палестинских экстремистов в 2015 г. туристский поток в Израиль сократился на 4%;

- ✦ взрыв российского авиарейса над Синайским полуостровом в 2015 г. снизил посещение Египетских курортов на 13,4%;

- ✦ теракт в г. Суруче (Турция) в июле 2015 г. и убийство российского посла снизили туристскую привлекательность Турции на 13,8%;

- ✦ теракты исламских боевиков в марте 2015 г. вызвали сокращение туризма в Тунисе на 20%.

Суммарный статистический анализ за 2015 год показал, что террористические акты снизили туристическое присутствие на популярных курортах на 33,8%³, что отрицательно сказалось не только на престиже целого ряда курортных стран, но и на состоянии их экономики. После совершения терактов 2015 г. в Израиле, Египте, Турции и Тунисе вклад туристской индустрии в валовый внутренний продукт (ВВП) этих стран снизился на 2-3%.

Даже в благополучной Франции вклад туризма в ВВП после нескольких локальных терактов 2015 г. (наезд на автомобиле и обстрел спортсменов) снизился с 2,9% до 1,1%. В результате правительства пострадавших стран вынуждены были срочно вкладывать значительные средства на восстановление прежней туристской привлекательности.

Однако, исследование показывает, что приведенные нами факты не могут привести к однозначному выводу о том, что рост терроризма неизбежно ведет к гибели туристской и гостиничной индустрии. Более глубокий анализ и многолетние наблюдения за процессами влияния терроризма на туризм показывают, что снижение потоков путешественников происходит только в течении первых 3 – 6 месяцев после совершения теракта.

Особенно это характерно для русских туристов. Кажется, никакие угрозы не могут победить стремление соотечественников к путешествиям. Однако, аналогичная тенденция подтверждается и экспертами Института туризма и рекреационных исследований в Северной Европе, которые установили, что «повышенный уровень террористической угрозы только временно снижает интерес людей к путешествиям» [2, с. 3].

Динамика влияния терроризма на туризм заключается в следующем. Террористические атаки в зонах туризма приводят ко временному падению общественного интереса к путешествиям в регионы, подвергшихся агрессии, но не означает полного отказа от туристских поездок. Данная ситуация вызывает так называемый «эффект компенсации», который выражается в том, что опасное направление для путешествия временно отклоняется и заменяется на более безопасное.

В пострадавших от терактов регионах турпоток снижается на несколько месяцев. А потом происходит восстановление традиционного интереса к путешествиям. Но происходит оно по-разному. Если теракт был разовый, восстановление происходит быстро. Если теракты приобретают постоянный характер, то

восстановление затягивается до наведения порядка в проблемном районе. А туристы отказываются от их посещения на время беспорядков и меняют направление своих туров [10. с. 5].

Таким образом влияние терроризма на туризм носит не однозначный характер. В общем терроризм оказывает негативное влияние. Однако, временные теракты вызывают лишь временный отказ от посещения опасных районов. Но интерес к путешествиям не исчезает: туристы лишь меняют направления своих туров. Длительные беспорядки вызывают отказ от посещения проблемных районов на более продолжительный срок. Кроме того, в условиях эскалации терроризма, туристы становятся более разборчивыми в выборе мест пребывания; привыкают быть более осторожными и бдительными. Эти же обстоятельства предъявляют повышенные требования к подготовке специалистов и руководителей туристской индустрии.

Исследование готовности выпускников вузов противодействовать террористическим угрозам

В соответствии с Федеральным законом "О противодействии терроризму"⁴ основные функции борьбы с ним возложены на армию, специальные и силовые органы, контртеррористические комитеты и оперативные штабы. Выступая на заседании коллегии Федеральной службы безопасности Президент Путин В.В. отметил, что «нужно использовать новые формы и методы противодействия террористическим угрозам, активизировать превентивную работу по выявлению вербовщиков и сообщников террористов, перекрывать каналы поставки оружия и денег, пресекать пропагандистскую деятельность радикалов и экстремистов в сети интернет. Руководство Национального антитеррористического комитета должно держать эти вопросы под посто-

⁴ Федеральный закон "О противодействии терроризму" от 06.03.2006 N 35-ФЗ (последняя редакция) // Сборник законодательства РФ 2006 г., № 4.

янным контролем»⁵.

Значительная роль в профилактике терроризма, как неоднократно отмечал Президент, отводится гражданскому обществу и всем его членам. В этом отношении трудно переоценить деятельность выпускников вузов по предупреждению и противодействию террористическим актам в роли специалистов или руководителей производственной сферы.

В 2018 г. на базе Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина и Российской открытой академии транспорта (МИИТ) было проведено исследование общественного мнения студентов по вопросам восприятия терроризма.

Задачами социологического исследования явились:

- выявление уровня знаний студентов о происхождении, сущности, основных понятиях и преступном характере террористической деятельности;

- установление представлений обучаемых о психологии и мотивах поведения террористов, опасности варварских способов и последствий терактов;

- анализ соответствия учебных планов потребностям подготовки выпускников, вскрытие недостатков антитеррористической подготовки выпускников и обоснование предложений по их преодолению.

Объектом исследования явилось восприятие студентами терроризма, как явления, негативно влияющего на жизнь и деятельность государства и общества и необходимости борьбы с ним.

Предметом исследования является уровень подготовки и степень готовности выпускников гуманитарного и технического вузов к противодействию терроризму невоенными способами.

Гипотеза исследования состояла в том, что, несмотря на достаточно высокую инфор-

мированность современных студентов о терроризме, восприятие ими этой угрозы до сих пор не соответствует ее реальной опасности. Преодоление недостатков в системе антитеррористического обучения и воспитания в высшей школе позволит существенно повысить степень готовности выпускников к повышению качества профилактики, противодействия и ликвидации последствий террористических угроз.

Респондентами явились студенты технического и гуманитарного вузов очно-заочной и заочной форм обучения, обладающие опытом работы по специальности. В интересах получения социологически значимых результатов исследовался массив респондентов в количестве 212 чел. (104 – РОАТ и 108 – РГУ). В техническом университете исследовались студенты-заочники 5-го курса, занимающиеся по специальностям «Промышленное и гражданское строительство», «Электроснабжение железных дорог» и слушатели курсов повышения квалификации. В гуманитарном вузе проверке подверглись студенты-заочники 4-го курса бакалавриата и магистранты очно-заочной формы обучения, занимающиеся по направлению подготовки «Государственное и муниципальное управление».

В силу этого результаты исследования позволяют считать их социологически значимыми, объективно отражающими восприятие студентами терроризма, раскрывающими уровень антитеррористической подготовки в вузах и степень готовности выпускников к практической деятельности по противодействию террористической деятельности на порученных участках работы.

Основными методами исследования явились наблюдение, опрос, интервьюирование, анкетирование, тестирование и решение ситуационных задач. Все результаты были получены посредством прямого контакта с респондентами и дали возможность получить достоверные ответы «с глаза на глаз».

Используемый инструментарий:

- 1) проведение контрольного тестирова-

⁵ Путин В.В. Выступление на заседании коллегии Федеральной службы безопасности РФ 07.03.2019 г. URL: http://ruskline.ru/news_rl/2019/03/07/vladimir_putin (Дата обращения: 10.03.2019).

ния по вопросам осведомленности студентов о происхождении, сущности, основных понятиях и последствиях современного терроризма.

2) проверка количественных и качественных показателей проводимых занятий по антитеррористической подготовке в вузе и соответствующих инструктажей по месту работы;

3) интервьюирование по техническим вопросам антитеррористической защищенности объектов, оценке ее состояния и возможностях усиления;

4) устный опрос респондентов с целью определения активности антитеррористической позиции выпускников;

5) решение ситуационных задач по проблемам предупреждения и противодействия террористическим угрозам в интересах определения готовности выпускника к активной деятельности по защите от них;

6) выполнение письменной работы о перспективах борьбы с терроризмом, раскрывающей внутреннее убеждение выпускника в неизбежной победе над этим варварским явлением.

Проведение исследования позволило определить следующее.

1. Контрольное тестирование по вопросам о происхождении, сущности, основных понятиях и последствиях современного терроризма.

А) Только 17% студентов смогли верно раскрыть сущность терроризма как опасного международного преступления, варварской формы политического давления на органы власти, основанном на страхе и панике среди населения.

Б) 82% тестируемых не смогли дать правильные определения понятий «террор», «терроризм», «экстремизм», «террористическая угроза», «террористический акт». В своем большинстве студенты не нашли различий между понятиями «терроризм» и «террористические действия».

В) Никто из студентов, за исключением 12 чел., не сумели раскрыть происхождение терроризма и привести примеры из мировой

истории.

Г) Всего 22% тестируемых смогли вспомнить от двух до трех известных террористических актов за последние 10 лет. 5% смогли назвать от 4-х до 5-и аналогичных случаев. Шесть и более терактов не мог вспомнить никто.

Д) Никто из опрошенных не смог назвать точное количество жертв самых кровавых терактов. Большинство ограничилось упоминанием погибших с точностью до сотен (Беслан, Норд Ост, жилые дома в Москве) или тысяч (небоскребы в Нью-Йорке и т.п.).

Е) Контрольное тестирование показало общую оценку знаний студентов РГУ - 2,95, РОАТ - 3,05 баллов. Средний показатель «удовлетворительно» 3 балла из 5 возможных. Низкие результаты продемонстрировали поверхностные знания обучаемых по проблемам терроризма. В то же время, 89% студентов высказались о том, что вузовские программы уделяют недостаточное внимание антитеррористической подготовке выпускников.

2. Проверка количественных и качественных показателей проводимых занятий по антитеррористической подготовке в вузе и соответствующих инструктажей по месту работы.

А) Абсолютное большинство опрошенных (93%) показали, что за весь период учебы в вузе не было учебной дисциплины, направленной на изучение терроризма и борьбы с ним. Только при изучении отдельных дисциплин косвенно касались отдельных вопросов противодействия терроризму.

Б) Проверка учебно-методических документов показала, что до 2018 г. в учебных планах вузов не было предусмотрено изучение дисциплин антитеррористической направленности.

В) 85% студентов заочников и вечерников показали, что по месту работы их не инструктируют по вопросам борьбы с терроризмом.

Г) 55% студентов подтвердили, что, как правило, инструктажи заменяются размеще-

нием на рабочих местах печатных материалов, раскрывающих порядок действий персонала в случае поступления террористических угроз.

3. Интервьюирование по техническим вопросам антитеррористической защищенности производственных объектов и организаций по месту работы студентов и оценке ее состояния.

А) Характеризуя степень антитеррористической защищенности предприятия (организации), 51% опрошенных посчитали ее слабой, позволяющей легко осуществить теракт, 41% охарактеризовали ее легко преодолимой. И только 8% признали ее надежной (банки, кредитные организации, органы власти).

Б) По вопросам оборудования рабочих мест специальными средствами технического контроля и оповещения о террористической опасности 57% работающих студентов подтвердили наличие рамок на входе и «тревожной кнопки» на вахте. 43% тестируемых показали, что никаких средств оповещения и защиты по месту работы нет.

В) Особую озабоченность студенты выразили по поводу недостаточной защищенности учебных помещений вузов. Более 90% считают, что в лектории и аудитории можно свободно пронести взрывное устройство или стрелковое оружие и использовать их.

Г) Оценивая степень защищенности предприятий и организаций интервьюируемые показали, что высокой и средней степени защищенности обладают 63% объектов ж/д транспорта и 72% объектов городского хозяйства. Соответственно низкой степени защищенности обладают 37% объектов транспорта и 28% объектов ГМУ (государственного и муниципального управления).

Д) Студенты РОАТ наиболее вероятными объектами террористических нападений назвали вокзалы, локомотивные депо, подвижные составы, перегоны между станциями, склады топлива, трансформаторные подстанции и линии электропередач.

Студенты РГУ - здания органов управле-

ния и власти, городской транспорт, торговые, развлекательные и бизнес центры, узлы коммуникаций и связи, места массового отдыха граждан.

Е) Особый интерес представляет анализ мнений респондентов о возможных способах террористических атак на транспорте и в сфере ГМУ. Ими могут быть: использование взрывных устройств (38%), огнестрельного оружия (30%), наезды транспортных средства на скопления людей (15%), применение отравляющих веществ (11%), кибератаки на системы управления и жизнеобеспечения (4%) и использование дронов (2%).

Ж) По общему мнению, возможности усиления антитеррористической защищенности объектов заложены в более широком использовании видеонаблюдения (29%), ужесточении пропускной системы (23%), повышении качества службы безопасности (19%), развития систем связи, оповещения и сигнализации (11%) и другие (8%): создание систем противодействия кибератакам, повышение надежности ограждения, использование дронов и кинологов, поощрение доносительства, проведение тренировок и внезапных проверок, организация работы телефонов доверия, усиление контроля за безхозными вещами и удобными местами для закладки взрывоопасных предметов (8%).

З) Как показывает анализ предложений интервьюируемых, большинство из них допускают возможность частичного или временного ограничения конституционных прав и свобод граждан в интересах защиты объектов и населения от терроризма.

4. Устный опрос респондентов, проведенный с целью определения уровня антитеррористической активности выпускников показал следующее.

А) 7% самых информированных студентов отметили, что каждый человек может стать жертвой террористов. Однако, 93% опрошенных показали, что они не представляют интереса для террористов и не могут быть жертвами их нападений, выразив тем

самым незнание террористических методов, полную недооценку угроз и отсутствие бдительности.

Б) На вопрос: «Расширяется ли круг лиц, сочувствующих терроризму?», 100% студентов РОАТ ответили отрицательно, выразив полное несогласие данному утверждению.

Однако, 10% студентов РГУ подтвердили этот факт и назвали его причины:

- традиционно-восточный уклад семейной жизни - 2%
- приверженность исламскому вероисповеданию - 2%;
- подражание исламистам фундаменталистского толка - 3%;
- стремление к националистическому лжегероизму - 2%;
- уверенность в том, что через 15 лет на территории России восторжествует фундаментализм и сепаратизм - 1%.

В) Характеризуя личное отношение к экстремизму и терроризму, 89% студентов уверенно заявили о том, что – это чрезвычайно опасное для государства, общества и граждан явление. Вместе с тем, 11% опрошенных (преимущественно РГУ) не считают себя непримиримыми противниками этих явлений, утверждая, что граждане свободной страны вправе исповедовать любую религию и участвовать в любых партиях и организациях. Естественно, что это не может не вызывать беспокойства у преподавателей вузов. Поскольку около 16 видов вероисповеданий (сатанинство, Аум-Сенрике религиозные обряды с человеческими жертвоприношениями и другие), а также 27 организаций и партий (Аль-Каида, Аль-Джихад, ИГИЛ и другие) признаны в соответствии с российским законодательством запрещенными, а членство в них – преступлением⁶.

Г) На вопрос: «Стали бы Вы поддерживать терроризм, если бы Вам лично это было

выгодно?» 100% студентов РОАТ ответили отрицательно.

Однако, около 10% студентов РГУ не исключили возможность поддержки террористов по мотивам личной симпатии к его отдельным участникам (3%), единоверия (3%), мигрантской солидарности (2%), сепаратистских наклонностей (1%) и идеологических установок (1%).

Содержание ответов 10% опрошенных студентов РГУ по пунктам 3Б, 3В и 3Г вызывает беспокойство у преподавательского состава и не может быть оправдано тем, что 12% студентов данного вуза являются выходцами из среднеазиатских и закавказских республик бывшего Советского союза, мусульманских регионов России и семей исламского вероисповедания.

Д) Еще больше удручают ответы на вопрос: «Не были ли Вы случайно или преднамеренно причастны, или вовлечены в действия экстремистского или террористического характера?»

Выяснилось, что 11% студентов РОАТ были случайными свидетелями экстремистских действий подобного характера, но от участия в них отказались.

Намного толерантнее к исламским и националистским традициям показали себя студенты института социальной инженерии РГУ. Выяснилось, что во время учебы студенты:

- не отказывались от предложений ознакомиться с сепаратистской или фундаменталистской литературой и приобрести ее (18%);
- принимали активное участие в обрядах исламистских фундаменталистов или в экстремистских мероприятиях националистов (11%);
- сочувствовали и помогали деньгами правоверным участникам Конгресса народов Ичкерии и Дагестана, Исламской партии Туркестана и другим жертвам российского вмешательства (9%).

Таким образом, в отношении 11 - 38% опрошенных, предпринимались попытки вовлечь их в экстремистскую или террористиче-

⁶ Забронировавшие туры в Тунис россияне начали переформлять путевки // РБК. URL: <http://www.rbc.ru/ins/business/28/06/2015/559032139a79473351f234eb> (Дата обращения: 27.12.2018).

скую деятельность. При этом настораживает, что подобные случаи остаются за пределами внимания деканатов и общественности вузов.

Таким образом, ответы на вопросы о личном отношении, поддержке и сочувствии показывают, что каждый десятый респондент сомневается в необходимости противодействия террористическим угрозам. А профессорско-преподавательский состав использует далеко не все возможности по формированию готовности к борьбе с терроризмом.

5. Решение ситуационных задач по проблемам предупреждения и противодействия террористическим угрозам в интересах определения готовности выпускника к защите от них.

Решение ситуационных задач использовалось в качестве наиболее действенного инструмента оценки знаний и развития умений выпускников по осуществлению профилактики и противодействия терактам в ходе выполнения своих функциональных обязанностей. Содержание ситуационных задач изложены в научно-практическом журнале РОАТ (МИИТ) [3]. Представленный в настоящей статье анализ решений этих задач показал следующее.

А) Методом коллективного решения ситуационной задачи был определен алгоритм работы выпускника на должности руководителя или специалиста предприятия (организации) по оценке состояния защищенности подведомственного ему объекта.

Б) В роли руководителя (специалиста) предприятия (организации) студенты коллективно решили ситуационную задачу по выработке последовательности проведения наиболее приоритетных мероприятий, мобилирующий персонала на борьбу против терроризма.

В) В ходе решения ситуационной задачи по вопросу: «Каким образом Вы относитесь к предупреждениям средств массовой информации о возможных террористических угрозах?» были получены следующие ответы:

10% реагируют на предупреждения и принимают все необходимые меры обеспе-

чения коллективной защиты.

45% учитывают подобные сообщения, делают обход, дают указания по защите от возможных угроз;

33% оповещают персонал и больше не предпринимают никаких защитных действий;

12% полностью игнорируют сообщения подобного рода.

Пассивное отношение 45% будущих руководителей и специалистов по реагированию на предупреждения о террористической угрозе должно быть изменено на основе регулярных теоретических и практических занятий по контртеррористической подготовке.

6. Выполнение письменной работы о перспективах борьбы с мировым терроризмом, раскрывающей убеждение выпускников в неизбежной победе над этим варварским явлением

Анализ ответов позволил установить следующее.

А) Выявлены представления о том, откуда исходит основная террористическая угроза. 40% выпускников написали, что источником мирового терроризма являются радикальные исламские группировки, 35%, что это результат экспансионистской политики США, 20%, что это результат деятельности радикальных националистических структур, 5% – русофобские организации и криминалитет.

Такой разброс мнений является результатом несистематизированных знаний в области природы и источников современного терроризма, что может корректироваться в ходе учебных занятий.

Б) Особую значимость для исследования имели ответы на вопрос: «Верите ли Вы в окончательное искоренение терроризма?»

89% опрошенных высказали уверенность в неизбежной победе над этим кровавым явлением. Однако, 11% выразили сомнение в этом.

В) Логическим продолжением этого сомнения явились ответы на вопрос: «Что мешает окончательно победить терроризм?» Студенты показали, что основной причиной

является отсутствие единой политической воли руководства всех стран мира – 60%; несправедливость в распределении социальных благ – 20%; коррупция в органах власти – 10%. Что в принципе отражает соответствующие результаты научных исследований.

Г) На вопрос «Согласны ли Вы на частичное ограничение прав и свобод граждан ради победы над терроризмом?» абсолютное большинство респондентов дали положительный ответ (95%) и только 5% затруднились ответить положительно.

Д) На вопрос: «Следует ли ужесточить антитеррористическое законодательство в стране?» были получены ответы: «Да» – 95% и 5% опрошенных затруднились ответить положительно.

Анализ показывает, что обобщенные ответы на вопросы исследования терроризма и антитеррористической подготовки студентов заслуживают всестороннего обсуждения и принятия мер по введению в процесс обучения дисциплин, раскрывающих деятельность органов государственного управления и гражданского общества в сфере противодействия терроризму, а также повышения качества работы профессорско-преподавательского состава по формированию у выпускников готовности к борьбе с террористическими угрозами.

Использование невоенных способов противодействия терроризму

Мировая практика показывает, что наряду с вооруженными способами существуют невоенные методы противодействия терроризму, которые с успехом применялись в целом ряде стран и давали положительный результат. Выпускники вузов могут опираться на эти общие методы в интересах обеспечения антитеррористической защиты туризма.

К разряду общих невоенных способов относятся следующие.

1) Оказание помощи слаборазвитым государствам и отдельным территориям для развития экономики, преодоления бедности и безработицы, являющихся источниками пополнения рядов террористов. В 1994 – 1998 гг.

террор, осуществляемый СевероИрландской Республиканской Армией, был существенно снижен благодаря созданию новых рабочих мест и повышению качества жизни местного населения.

2) Снижение уровня культурной изоляции для мигрантов и маргинализированных групп населения, вовлечение их в светскую жизнь новой родины. Проведение в Германии в начале 2000-х годов политики мультикультурализма, заключающейся в предоставлении мигрантам возможности проживать в отдельных кварталах, культивируя национальные и религиозные воззрения, привели к вспышке миграционного терроризма и к отказу от этой политики.

3) Проведение «компаний защитников обездоленных» силами добровольных миротворцев и волонтеров по оказанию помощи нуждающимся группам местного населения и мигрантов. Большой вклад в предотвращение терроризма вносят организации «Врачи без границ», «Всемирная организация здравоохранения», «Международная организация труда», «Международные бригады мира».

4) Организация бесконфликтного поведения и обучение потенциально опасных слоев населения навыкам ненасильственной борьбы за свои законные права. Данная технология заключается в том, чтобы удерживать недовольных людей от совершения насилия и научить их использовать демократические способы защиты своих прав. Например, демократические выборы в парламенты бывших союзных республик, проведение референдумов в Англии, Испании и ряде других стран.

5) Реализация восстановительных программ после прекращения теракта. Ликвидация последствий, оказание помощи пострадавшим, установление законного порядка, привлечение преступников к ответственности. Кроме того, проведение восстановительных мер помогает предотвратить дальнейшее разжигание взаимной ненависти. Положительным примером может служить политика справедливого возмездия и защиты мирного

населения в израильско-палестинском конфликте.

6) Деятельность полицейских в роли служащих-миротворцев, которым на первоначальном этапе вполне по силам предупредить разжигание террористического конфликта не путем применения оружия, а путем принятия юрисдикционных мер в отношении виновников разжигания ненависти. Если бы московские полицейские в 2017 г. вовремя приняли законные меры воздействия в отношении лиц, избивших грузчиков-гастербайтеров на Бескудниковском рынке, то не было бы массового проявления миграционного терроризма в этом районе Москвы.

7) Недопущение безрассудного поведения руководителей органов государственной и муниципальной власти в ходе проведения контртеррористических операций. Данная технология направлена на предотвращение таких негативных явлений, как недооценка опасности, «шапкозакидательство», односторонние уступки преступникам, как это произошло в Беслане в 2004 г. Или безрассудное применение отравляющего газа в Норд-Осте (2002 г.) без предоставления антидотов заложникам.

8) Умелое ведение переговоров с преступниками, принуждение их к мирному разрешению проблемы, недопущение односторонних уступок террористам, пресечение агрессивности в достижении экстремистских целей. Международные правила не рекомендуют идти на соглашение с террористами. Однако, умелое обсуждение взаимных условий, специально обученными и уполномоченными лицами могут существенно снизить или даже ликвидировать угрозу террористического акта. Примером служит бескровное освобождение иранских дипломатов в Лондоне в 1980 г., захваченных северо-ирландскими террористами, осуществленное в результате умелых переговоров

9) Преодоление проблемы недостатка доверия между спецслужбами всех стран мира, установление сотрудничества и взаимной

поддержки в борьбе против терроризма. Ввиду того, что многие страны Европейского Союза держат значительную часть разведанных о террористах при себе и не делятся ими с другими странами, не удастся предотвратить многие теракты⁷.

10) Контроль над "замкнутыми иммигрантскими сообществами". «У нас есть места, где арабов больше, а евреев меньше», - говорит старший научный сотрудник Израильского института национальной безопасности Йорам Швейцер, - но у нас нет мест, где не действует израильский закон»⁷.

11) Самая эффективная мера борьбы с джихадистами — это внедрение в их сети агентов, отмечает руководитель группы по исследованию проблем мира и конфликтов ИМЭМО РАН Екатерина Степанова – только так можно получить информацию о том, где будет следующий взрыв [3, с.3].

12) Усиление охраны привлекательных для террористов объектов, обеспечение нескольких уровней защиты вокзалов и аэропортов, подготовка высококвалифицированного гражданского персонала, способного вычислить террориста.

13) Для того, чтобы выжить в условиях эскалации терроризма необходимо расширить официальное понимание законности. В интересах защиты от террористов придется поступиться некоторыми конституционными правами. Демократия должна научиться защищать себя. Соблюдение паспортного режима, наличие эффективных средств защиты, законное доносительство, снос домов террористов и другие.

Эти и некоторые аналогичные невоенные меры противодействия терроризму во многом способствуют снижению террористических угроз. Наряду с общими мерами следует использовать конкретные и доступные выпускникам вузов способы предотвращения

⁷ Der Standard. URL: <http://antiterrortoday.com/antiterror/strategiya-i-taktika-protivodejstviya-terrorizmu/10798-eksperty-oprovergli-vliyanie-terrorizma-na-turizm> (Дата обращения: 27.12.2018).

терактов.

Конкретные невоенные способы профилактики терактов

1) Повышение качества антитеррористической подготовки студентов технических и гуманитарных вузов.

Результаты социологического исследования, проведенного в РОАТ (МИИТ) и в РГУ им. А.Н. Косыгина [3] выявили существенные недостатки в антитеррористической подготовке выпускников и требуют их устранения. В частности, некоторые студенты считают, что реализация контртеррористической политики в РФ является прерогативой органов государственной власти и силовых структур. Тогда как, Президент В.В. Путин в своем обращении к Федеральному собранию в 2018 г. подчеркивал, что «успех в реализации контртеррористической борьбы зависит от совместных усилий государства, гражданского общества и каждого человека» [2, с. 2].

Не все студенты четко представляют себе функциональные обязанности по противодействию терроризму в пределах занимаемых после выпуска должностей. В частности, оценки террористических угроз и обеспечения безопасности промышленного объекта или организации. Например, проведение необходимого анализа состояния защищенности объекта.

1. Определение наиболее уязвимых для совершения терактов сторон объекта;

2. Проверка наличия и эффективности использования технических средств защиты;

3. Мониторинг качества выполнения функций охраны сотрудниками службы безопасности;

4. Оценка результативности пропускной системы, наблюдения и контроля;

5. Изучение случаев или попыток совершения экстремистских провокаций и террористических атак и т.п.

Результаты исследования показали недостаточное использование выпускниками человеческого фактора в работе по предотвращению терактов.

1. Выработке последовательности проведения наиболее приоритетных мероприятий, мобилизующий персонала на борьбу против терроризма.

2. Разработка реальных планов мероприятий по мобилизации персонала на профилактику и противодействие терроризму;

3. Изучение нормативно-правовых актов по реализации антитеррористической политики в РФ и анализ их практического воплощения в организации;

4. Регулярное проведение инструктажей, занятий и собраний трудового коллектива по вопросам антитеррористической защиты;

5. Изучение личных дел, деловых и моральных качеств персонала, подбор и расстановка кадров, воспитание бдительности, создание благоприятной атмосферы в подразделении;

6. Проведение тренингов, тренировок, контроля, проверок, использования дисциплинарной практики и т.п.

Эти и целый ряд других недостатков диктуют необходимость сосредоточить усилия профессорско-преподавательского состава на воспитание патриотизма и формирование умений выпускников противодействовать проявлениям террористических действий на подведомственном предприятии, организации, территории.

Анализ влияния терроризма на туризм требуют сосредоточить внимание преподавателей и студентов на следующем.

1. Необходимо предусматривать самые разнообразные способы действий террористов: кибератаки, распространение панических слухов, сеяние страха и смятения среди туристов, распространение экстремистской литературы, вовлечение в совершение обрядов и другое.

2. Руководители туристической индустрии должны быть подготовлены к осуществлению мер по профилактике и противодействию попыткам экстремистов приобщить туристов к идеям джихада, сепаратизма или национализма, привлечь их к преступному сотрудничеству.

Старшие групп, экскурсоводы, инструкторы и другие сотрудники турфирмы должны показывать пример стойкости и невмешательства во внутренние дела страны пребывания.

3. Необходимо создать региональные координирующие комиссии в составе представителей правоохранительных органов, медиков, журналистов, отельеров, рестораторов, транспортников и членов общественных организаций в интересах профилактики и своевременного противодействия терроризму. И обучать этому взаимодействию следует уже в рамках вузовского образования.

4. Следует воспитывать законное стремление членов туристского сообщества к выявлению данных по известным фактам готовящихся преступлений и терактов, выполнению гражданского долга по своевременному информированию правоохранительных органов о подозрительных лицах или сомнительных

действиях.

5. Назревает необходимость улучшить инвестирование органов правопорядка и частных охранных компаний, повышение уровня их оснащенности и профессиональной подготовки в области защиты туризма, гостиниц и сервисных служб от террористических посягательств. Внимательного отношения заслуживают предложения о создании подразделений туристической полиции [4].

Эти и некоторые другие предложения по предупреждению терактов и минимизации их последствий являются вынужденной мерой по обеспечению антитеррористической защиты туризма в современных условиях. Выпускники вузов должны знать, уметь и рационально использовать невоенные методы противодействия терроризму в соответствии со своими должностными обязанностями.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Кириллова Г.В., Кириллов В.П.** Противодействие террористическим угрозам в техногенной сфере // Проблемы безопасности российского общества. Научно-практический журнал. 2017. №4. С. 9-15.
2. **Baker D.** The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry // International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage. Научный альманах. Экономические науки. 2014. 590 с.
3. **Кириллов В.П., Кириллова Г.В.** Результаты социологического исследования «Терроризм глазами студентов технического и гуманитарного вузов // Проблемы безопасности российского общества. Научно-практический журнал. 2017. №4. С. 31-35.
4. **Митракова А.И.** Влияние международного терроризма на индустрию туризма // Научный альманах. 2015. №12-1(14). С. 262-264.

Vladimir P. KIRILLOV^a,
Galina V. KIRILLOVA^b

^a A. N. Kosygin Russian State University (Moscow, Russia);
PhD in History, Associate Professor, e-mail: v.kirillov2010@mail.ru

^b Russian University of Transport (Moscow, Russia);
PhD in Engineering, Associate Professor; e-mail: galinakir2015@yandex.ru

ANTI-TERRORIST PROTECTION OF TOURISM BY NON-MILITARY MEANS

In modern conditions, terrorism, parasitizing on the development of science and technology, cross-border relations and migration flows, has reached global proportions. The main method of its activity is the mass destruction of innocent people, the spread of fear and panic in order to exert beneficial pressure on the government. Tourism is becoming a special priority for terrorists, which attracts

Keywords:

the terrorism impact
on tourism,
the level of anti-terrorism
training, the experience of
non-military countering
terrorism, the security of
facilities, the protection of
tourists

criminals with its growing scale, multinational composition, ability and ease of realizing terrorist threats against citizens of different countries. Russia takes active measures to ensure security in the field of tourism and hospitality. A nationwide anti-terrorism system has been formed and is successfully operating. Special bodies and security agencies focus their activity on the preventing terrorist attacks. However, the success of counter-terrorism measures largely depends not only on the activities of state bodies, but also on the active participation of the entire society and every citizen. University of Tourism and Service, other humanitarian and technical universities, whose graduates become specialists and leaders in the tourism industry, play equally important role in this. Based on this, the article defines the dynamics of the terrorism influence on the tourism development and represents the result of the study of the readiness of graduates to ensure the anti-terrorism security of tourism objects using non-military methods.

References

1. Kirillova, G. V., & Kirillov, V. P. (2017). Protivodejstvie terroristicheskim ugrozam v tekhnogennoj sfere [Counteracting terrorist threats in the technogenic sphere]. *Problemy bezopasnosti rossijskogo obshchestva. Nauchno-prakticheskij zhurnal [Problems of Russian Society Security. Scientific and practical journal]*, 4, 9-15. (In Russ.).
2. Baker, D. (2014). The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage. Scientific almanac. Economics*.
3. Kirillov, V. P., & Kirillova, G. V. (2017). Rezul'taty sociologicheskogo issledovaniya «Terrorizm glazami studentov tekhnicheskogo i gumanitarnogo vuzov [The results of the sociological research "Terrorism through the eyes of students of technical and humanitarian universities]. *Problemy bezopasno rossijskogo obshchestva. Nauchno-prakticheskij zhurnal [Problems of Safe Russian Society. Scientific and practical journal]*, 4, 31-35. (In Russ.).
4. Mitrakova, A. I. (2015). Vliyanie mezhdunarodnogo terrorizma na industriyu turizma [The impact of international terrorism on the tourism industry]. *Nauchnyy almanach [Science Almanac]*, 12-1(14), 262-264. (In Russ.).

Кириллов В.П., Кириллова Г.В. Антитеррористическая защита туризма невоенными способами // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 35-49. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10103.

Kirillov, V. P., & Kirillova, G. V. (2019). Anti-terrorist protection of tourism by non-military means. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 35-49. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10103. (In Russ).

УДК 351.75

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10103

ТАРАНОВ Алексей Степанович

*Курганский государственный университет (Курган, РФ);
доктор технических наук, доцент, профессор; e-mail: taranov495@ya.ru*

ПОЛИТИКОВА Наталья Анатольевна

*Российский государственный университет физической культуры,
спорта, молодёжи и туризма (Москва, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: politikovana1963@mail.ru*

Психология среды как фактор туристской деятельности

В статье излагаются теоретико-методологические основы влияния окружающей среды на психо-эмоциональное состояние туриста, его когнитивную и рефлексивную деятельность. Произведен анализ и обоснование воздействия архитектурно-визуальных и ландшафтных характеристик, влияющих на состояние человека. Сформулированы основные подходы к процессу формирования урбанизированной среды с учетом потребности современного туристического бизнеса. Обоснованы психоаналитические и когнитивные аспекты отбора, формирования и организации туристических групп или экспедиций в соответствии с психоэмоциональной, волевой и интеллектуальной характеристиками людей, имеющих намерения совершить туристическое путешествие. Психоанализ клиента рассматривается как основа формирования стратегии маркетинга в сфере оказания туристических услуг, основанная на гармонизации вида и характера услуги, и психофизиологических и мировоззренческих особенностей личности. Предложенный в статье подход является важным в управлении рисками реорганизации путешествий, так как создает условия для снижения степени неопределенности реакций клиентов туристической фирмы на разнообразные формы возмущающих воздействий окружающей среды, потенциально существующих в туристской деятельности. Обеспечение психологической совместимости туриста и психоэмоционального воздействия окружающей среды является важнейшим условием развития туристской индустрии. Информация, содержащаяся в статье, может служить методологической основой для тактико-организационного обеспечения туристических групп.

Ключевые слова:

организация и развитие туризма, окружающая среда, город, многопараметрическая систематизация, организация городского пространства, кластерное зонирование территории, психика человека, психотип туриста, рефлексия, архитектурная психология

Туристская деятельность в современном обществе характеризуется увеличением объёма оказываемых туристических услуг, расширением диапазона и разнообразия био-

сферных, природно-климатических, ландшафтных, физико-географических, экологических, урбанистических и инфраструктурных характеристик местности, используемых для

путешествий и экскурсий в современном туристическом бизнесе. Очевидно, что важнейшим условием любой туристической деятельности (экспедиции, походы, экскурсии) является степень психофизиологической совместимости человека и возмущающих воздействий природной и искусственной среды, которая на него воздействует в процессе проведения туристического мероприятия. Актуальность представленной статьи определяется тем, что в ней изложены психоаналитические основы изучения характера и интенсивности реакции человека на воздействие окружающей среды во время путешествия. На основании характера рефлексии индивидуального человека возможно определение диапазонной приемлемости для конкретного клиента туристической фирмы, а также вида туризма и условий его реализации. На основании изложенной методики в процессе туристской деятельности возможно формировать территории, маршруты и условия экспедиций в соответствии с приемлемым психотипом группы туристов, подобранных по критерию психоэмоционального, волевого и когнитивного подобию. Указанные туристические группы имеют наиболее полное представление о дифференциации природно-техногенной среды и о взаимосвязях ее компонентов. Туристические группы (экспедиции), сформированные с использованием изложенных принципов, способны к адекватному поведению в окружающей среде, что обеспечивает минимизацию негативного антропогенно-детерминированного влияния на окружающий мир. Тем самым реализуется актуальный для туризма принцип «не навреди». Особую значимость предложенная методика имеет для разработки алгоритмизированных блок-схем поведения участников путешествия в различных ситуациях, особенно на территории иностранных государств. Методика селективного отбора участников тура снижает риски административных, юридических и дипломатических коллизий на территории иностранных государств. Особую актуальность

представленные подходы имеют в перспективном, быстро развивающемся космическом туризме.

Вопросам устойчивого развития туризма посвящены труды российских и зарубежных ученых Андрианова В.И. [1], Евреинова О.Б. [2], Латорцева А.А. [4], Янюшкина В.А. [14], Гельднер Ч. Р., Ритчи Дж. Р. Б. [15], Мэдисона А., Уолла Г. [16], Рудез Х. Н. [17], Раттера Х. [18] и др. [3]; конкретно потребителю поведению и управлению потребительской мотивацией на рынке туристских услуг – Чудновского А.Д., Жуковой М.А. [12], Сварбруке Дж., Хорнера С. и др. [19, 20]; психологии туризма и воздействию туристского ландшафта на психологическое состояние туристов – Линчевского Э.Э. [5], Царькова П.Е. [11] и др. Исследуются такие аспекты и явления как социальная среда, личная среда, психология делового общения, социальная психология, психологический туризм. При этом представляется недостаточно изученным вопрос воздействия окружающей среды на туриста в социально-психологическом аспекте, не рассматривается комплексно психо-эмоциональное взаимодействие туриста с окружающим его миром.

В докладе Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации (сентябрь 2018 г.) отмечено, что Россия входит в перечень крупных мировых туристских направлений по ряду международных показателей, которые оцениваются Всемирной туристской организацией и Всемирным экономическим форумом¹. Значение индекса конкурентоспособности туризма и путешествий для России за 2015–2017 гг. увеличилось с 4,08 до 4,15². По прогнозам Федерального агентства по туризму доля туризма в ВВП России к 2026 году благодаря реализации ФЦП

¹ Оценка влияния въездного туризма на экономику России // Доклад Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/18123.pdf> (Дата обращения: 25.02.2019.). С. 7.

² Там же, с.9

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2019-2025 годы» может вырасти до 5% против нынешних 3,47%³.

Туризм – это один из видов социальной активности человека, специфический род занятий, который имеет определенную цель. Достижение этой цели определенным образом мотивирует субъекта, что обеспечивает волевою, интеллектуальную и эмоциональную активность туриста. Характерно то, что во многих случаях туризм не сопряжен с гедонистическими наклонностями людей. Часто это добровольное обречение туристов на определенный дискомфорт и лишения, а порой даже опасности. Психологический аспект туризма представляется важнейшим в организации туристического бизнеса, а также в обеспечении его объективной и субъективной эффективности. В объективном смысле туристская деятельность должна способствовать сохранению природной окружающей среды, обнаружению и предотвращению угроз в экосфере [9]. В субъективном смысле туризм способствует волевому, интеллектуальному и духовному развитию личности туриста. Туристские экспедиции и походы позволяют человеку приблизиться к осмыслению бренности бытия и конечности его экзистенциальных видов деятельности [6]. Осознание бренности земного бытия и подсознательное формирование ощущения бесконечности и вечности окружающего мира способствует формированию ответа на вечный вопрос о смысле жизни. Указанные психо-эмоциональные и мировоззренческие метаморфозы особенно характерны для современного человека, обитающего в урбанизированной среде. Особую значимость в плане субъективного влияния туризма на личность имеет семейный туризм. Его значение для воспитания, сплочения и укрепления семьи невозможно переоценить, так как здесь происходит укрепление взаимного уважения

и эмоциональных контактов, в оптимальных формах оказывается воспитательное воздействие членов семьи друг на друга.

Популярность туризма обусловлена потребностью человека в социальном самоутверждении, в удовлетворении потребности в чувстве собственной значимости, демонстрации социального успеха и достатка. В силу этого туризм становится формой социальной идентичности людей, как правило представителей «среднего класса». Не случайно считаются престижными и пользуются популярностью туры и поездки в экзотические, труднодоступные и плохо изученные местности (Африка, Антарктида и пр.), которые в гедонистическом аспекте объективно не являются привлекательными. Очевидно, что люди туда едут не для того, чтобы «срывать цветы удовольствия».

Основопологающим условием организации и развития туризма, а также его специализации и коммерческой привлекательности является окружающая среда, служащая одновременно и целью, и средством достижения цели туристических мероприятий.

Окружающую среду в соответствии с принципом общей теории систем необходимо рассматривать в контексте ее влияния на человека [7] и особенно на его психическую сферу.

Проектирование и организационно-техническое обеспечение туристской и рекреационной деятельности должно базироваться на постулате перманентного взаимодействия окружающей среды (О.С.), в которой протекает туристский процесс, и человека (туриста), воспринимающего все виды воздействий О.С., характер его рефлексии на нее и вытекающую из этого систему мотивации субъекта туризма. Указанный подход позволяет произвести систематизацию и классификацию туризма и рекреации как сложных социально-экономических систем. Эта систематизация базируется на определенном типе взаимодействия О.С. и человека-туриста, может служить методологическим подходом в разра-

³ <https://www.russiatourism.ru/content/9/section/85/detail/15528/>

ботке маркетинговой стратегии туризма, а также для многопараметрической систематизации использования природно-территориальных комплексов и процессов для эффективного ведения туристического бизнеса и обеспечения его конкурентоспособности.

Феноменологическое восприятие О.С., естественной и искусственной, зависит не только от объективных параметров и характера их проявления, но и от специфики протекания психических процессов у конкретного туриста при взаимодействии с объектами конкретной окружающей среды. При этом важно выделять общие характеристики объективирования О.С., равнозначно воспринимаемые любым человеком, и особенные, зависящие от специфики восприятия текущей ситуации, а также индивидуальные, зависящие от психотипа конкретного туриста.

Теоретико-методологической основой взаимодействия О.С. и человека является общая теория сигналов как концептуальный аппарат теории психических процессов, и, в частности, рефлекторной теории, которая раскрывает общие принципы организации нервно-психических и социально-психических процессов. Рефлекс как реакция на любое возмущающее воздействие является способом приспособления субъекта к О.С.

Очевидно, что важнейшей индивидуальной характеристикой любого человека является его сенсорно-перцептивный диапазон, который определяется следующими характеристиками:

1) пространственно-временная структура восприятия, то есть восприятие форм и пространственных свойств объекта и его величины;

2) отражение движения, включающее отражение пространственных компонентов (локализация, рельеф, форма, величина) и временных компонентов (последовательность, длительность, одновременность);

3) модальность восприятия;

4) степень адекватности;

5) интенсивность восприятия;

6) константность восприятия, то есть вариативность пространственно-временной структуры в пределах определенного интервала изменений характера источника сигнала и свойств перцепиента;

7) ценность перцептивного образа;

8) обобщенность образа.

Объективные характеристики, свойства и проявления О.С., естественной или искусственной, в значительной степени влияют на выше указанные перцептивные характеристики индивида и, следовательно, предопределяют определенный тип психофизиологической реакции туриста (интерес, азарт, удовольствие, страх, удовлетворение и пр.).

При формировании туристических групп или состава экспедиций необходимо идентифицировать объективные свойства и проявления О.С. [7] и рационально их использовать применительно к психо-типу туристов. Максимальный комплексный эффект от туристской деятельности может быть достигнут в том случае, когда конкретному объекту О.С. будет максимально соответствовать конкретный тип туриста (морю - дайвер, горной местности - альпинист, подземным объектам - спелеолог, городским ландшафтам - любитель архитектуры и искусства).

Взаимодействие О.С. с субъектом (туристом), активно его воспринимающим, может осуществляться по следующей схеме:

1) рефлексия, являющаяся основой изменения поведения человека; выражается в том, что, последний, в соответствии со своим общественным отношением к жизни, ведет себя в конкретной ситуации, обусловленной формой туристического взаимодействия с О.С., индивидуально и специфически;

2) цельно-смысловое содержание, которое ориентирует туриста в мире, ранжирует мотивирующие факторы и структурирует поведенческий потенциал, реализующийся в соответствующем поведении;

3) регуляция, т.е. формирование особой системы содержания и последовательности

регулятивных актов (поведенческой активности), посредством которых осуществляется взаимодействие человека с окружающим миром.

Традиционно наиболее массовым видом туризма является путешествие, посещение городской среды, которая многообразна и разнохарактерна. Системно-параметрическая модель городской среды включает следующие ее характеристики:

- архитектурное качество среды,
- экономическая ситуация,
- социально-экологическая ситуация,
- потенциал развития (эволюционирование).

Указанные параметры предопределяют не только психосоциальную реакцию человека, находящегося в определенной городской среде, но и характер его толерантности и креативности. Толерантность – это способность человека к положительному восприятию среды, предопределяющее желание и готовность восприятия и улучшения среды или усиления интенсивности восприятия. Это является подосновой для адаптации людей к любой географической, ландшафтной, климатической и урбанизированной среде. Нетолерантное отношение к среде побуждает человека сменить неприемлемую обстановку и уехать.

Психология городской среды представляется важнейшим фактором, учитываемым при стратегическом планировании туристских маршрутов и разработке маркетинговой стратегии в сфере рекреационных и туристских услуг.

Городская среда является постоянно действующим фактором, воспринимаемым человеком и воздействующим на него как сенсорно, так и экстрасенсорно.

Современное управление и организация туризма возможны только на научной основе, базирующейся на общей теории систем, которая предопределяет необходимость реализации следующих принципов: самоподобия, необходимого разнообразия, наименьшего действия, эмерджентности. Это позволяет обос-

новать критериальную основу для классификации туризма по следующим признакам:

- субъективные цели туристов,
- объективное влияние туризма на окружающую среду,
- степень взаимосвязи и взаимозависимости туризма с социально-экономической и институциональной средой.

Наиболее массовым видом туризма является городской туризм, который интенсивно развивается во всем мире, начиная с XIX века. Организационно-технологической подосновой этого является развитие средств коммуникации в различных проявлениях. Городской туризм – это посещение крупных поселений в различных целях: познавательных, деловых, политических, рекреационных, лечебных и пр.

Город как социально-экономическая система объективно обладает аттрактивными свойствами, так как в ней на протяжении времени ее существования формируется специфическая искусственная среда (ноосфера), которая в наибольшей степени приемлема для обитания человека как носителя социума [10]. Город представляет собой, как правило, относительно небольшое пространство с максимально приспособленной и комфортной для людей средой. Кроме этого, города обладают свойством экспрессивности, т.е. определенной выразительности, обусловленной ландшафтными, природными, климатическими особенностями, а также специфическими градостроительными, архитектурными и инженерными решениями.

Город, как среда стационарного и длительного обитания людей, обладает свойством накопления материальных и нематериальных артефактов, отражающих определенным образом эволюцию социума. Это свойство называется мемориальностью.

Важной характеристикой города является его история, включающая в себя события, имеющие большое эволюционное значение, а также связанные с выдающимися историческими личностями, реальными или описанными в произведениях литературы и искус-

ства.

Город – это динамичная система, которая развивается по сценарию, учитывающему множество градообразующих и градодетерминирующих факторов (экономических, политических, культурных, социальных, природно-ландшафтных, климатических и т.д.). В силу этого городская среда характеризуется разнообразием и изменчивостью. Особенно это стало очевидно в современном мире благодаря развитию строительных и инженерных технологий, интенсифицирующих процесс градообразования и модификации городского пространства.

В функциональном аспекте города можно разделить на те, в которых туристическая и рекреационная функции являются градообразующими или доминирующими (Сочи, Ялта, Севастополь, Бухара, Дербент, Евпатория).

Наиболее ярко выраженными аттрактивными свойствами обладают крупные города, многофункциональные центры, обладающие максимально развитой инфраструктурой для комфортабельного времяпрепровождения и оказывающие большое эмоциональное и когнитивное воздействие на человека. В XXI веке формируется сетевая структура городов, образующих агломерацию городов, находящихся в пространстве комплексной транспортной доступности.

В современном мире сформировался опорный каркас городов, состоящий из: ведущих (Лондон, Париж, Нью-Йорк, Токио), главных (Москва, Мадрид, Брюссель, Копенгаген) и формирующихся (Афины, Тель-Авив, Бразила). Указанные города являются политико-экономическими центрами наднационального уровня и объективно становятся центрами международного туризма.

Управление градостроительным процессом традиционно основывается на интеграции экономико-географических, социологических и градостроительных разработок. Современная градостроительная концепция должна учитывать рекреационный и туристический аспекты в проектах по организации городско-

го пространства, функционального зонирования территории города, в генеральных планах и дизайн-проектах [10]. Управление технически организованной искусственной средой городского поселения в современных условиях базируется на приоритетах экологической приемлемости и гармоничной совместимости природной, социально-демографической, архитектурной и инженерных систем.

Очевидно, что по мере развития научно-технического процесса городская среда все в большей степени становится местностью, насыщенной техническими и инженерными системами различного функционального назначения. Будучи искусственными, указанные системы объективно являются источниками негативного психологического воздействия на человека в форме подсознательного чувства опасности, тревоги. Проблемы территориальной организации технически организованной территории должны решаться с учетом всего многообразия факторов, определяющих не только функциональную достаточность городской среды, но и психосоциальную среду, обеспечивающую благоприятное психотропное воздействие на человека, создающее предпосылки для возникновения положительных эмоций, активизирующих волю человека на совершение социально полезных поступков и вдохновляющих его на творческую и эффективную деятельность.

Традиционно уже на протяжении многих столетий эти задачи решаются с помощью архитектуры, которая имеет три характерные особенности: функциональную, эстетическую и конструктивную. Функциональное содержание зданий и сооружений направлено на удовлетворение утилитарных и культурных потребностей людей. Степень удовлетворения последних зависит от художественной ценности архитектурных сооружений с помощью соответствующих решений внешнего и внутреннего облика зданий. История архитектурных стилей и эволюция решений является привлекательным объектом для изучения содержания и пребывания людей в архитектур-

ной среде.

Конструктивная сторона архитектуры – важнейший органический фактор при определении композиции зданий. В то же время конструкция зданий способна порождать значительный эстетический и психоэмоциональный эффекты.

История архитектуры – наиболее существенная составляющая истории человеческой цивилизации. Это предопределяет привлекательность для туризма древних и старых поселений, в которых в течении многих столетий протекала жизнь социума, и о том, как она протекала и каков был социум, можно судить по характеру и типу архитектурных и градостроительных решений.

Задача современного градостроительства заключается в том, чтобы современные решения по организации городской среды были привлекательны, комфортны и психически благоприятны для людей, проживающих в ней в настоящее время. Представляется, что для этого необходимо руководствоваться следующими принципами:

1. Дальнейшее продвижение концепции многофункциональной агломерации при разработке планов генеральной застройки городов и проектов районной планировки с учетом гармонизации объектов и пространств комфортной экологически приемлемой городской среды с производственными, транспортными, инфраструктурными и компенсаторными объектами.

2. Основопологающим показателем при разработке концепции градообразования должен стать принцип инклюзивной доступности жизни человека, определяющий комплексное качество жизни людей, начиная от рождения до смерти. Эта задача может успешно решаться на основе развития полиградостроительной базы.

3. В условиях России актуальным является отказ от принципа гипертрофированной градостроительной базы.

4. Развитие города по численности населения и в пространстве должно исходить из

социально-экономических, экологических и вытекающих из них демографических прогнозов, а также из федеральной и региональной стратегий развития территории.

5. Основопологающим критерием в определении масштабов урбанизации технически организованных территорий должна являться емкость ассимиляционного потенциала территории, которая предопределяет объем, характер и интенсивность природопользовании территории и потребление природных ресурсов.

6. При разработке концепции развития территории регионов необходимо создание механизма регуляции искусственных и природных систем на принципах адаптивного управления и гомеостаза сложных систем.

7. Приоритет стратегического развития населения над решением текущих задач в социально-жилищной среде и жилищно-коммунальном хозяйстве.

В силу того, что туризм как социальное явление объективно становится массовым и имеет тенденцию к диверсификации, что предопределяет увеличение инвестиций в эту сферу, при разработке целевых программ развития городов необходимо учитывать фактор туризма как важной социальной потребности, удовлетворение которой требует специальных организационно-технологических и финансово-экономических условий. В туристическом и рекреационном аспектах целевые программы должны включать:

- анализ существующего состояния решаемой проблемы экологической ситуации, рекреационного потенциала и историко-архитектурных характеристик поселения;

- обоснование необходимости развития рекреационной и туристической деятельности, а также технико-экономическое обоснование предлагаемых проектов;

- комплекс инвестиционных и экономических проектов, направленных на развитие рекреационного и туристического потенциала территории региона;

- сценарии возможного хода реализации

проектов с учетом существующей системы ограничений;

- адаптация существующей в регионе или городе системы землепользования в направлениях: субурбанизации, т.е. возрастания пригородов за счет конверсии прилежащих к городу сельских земель; строительства инфраструктурных и прочих объектов на принципах природоподобия; обновление городских кварталов, в основном старой застройки, при сохранении их исторической и градостроительной аутентичности с одновременным устранением физического и функционального износа.

Кластерное зонирование территории поселения - это тип зонирования, в основе которого лежит норматив, взятый не из экономической, социальной или строительной сферы, а из представления о компактном расселении людей в пространстве [8]:

1) зонирование плотности – традиционный контроль за высотой зданий, величиной участка, покрытием участка, размером, количеством этажей зданий;

2) принцип эксклюзивного зонирования целесообразно применять в пригородных районах для поддержания исключительности и единообразия территории данного пригорода;

3) создание исторических зон, применяемых для сохранения исторических зданий.

Особую актуальность организация рекреационного и туристического бизнеса имеет для развития и сохранения малых городов. Специфическую группу составляют малые исторические города, в которых обострились проблемы разрушения архитектурно-ландшафтной среды, и появилась опасность утраты памятников истории и культуры в связи с явно недостаточным объемом реставрационных работ. Эти города, по сравнению с другими, имеют дополнительные возможности развития за счет привлечения туристов, но неразвитая инфраструктура и низкий уровень обслуживания туризма не позволяют создать дополнительный источник финансирования

для сохранения поселения.

Важной проблемой в туристическом и рекреационном бизнесе является неопределенность потребностей и предпочтений потребителя, которые, в большинстве случаев, субъективно воспринимаются либо как желание смены обстановки, либо подражания стереотипам, сложившимся в той или иной социальной среде относительно использования свободного времени, а также под влиянием агрессивной рекламы, оказывающей индуцирующее воздействие на сознание и подсознание потенциального потребителя. В этой связи представляется целесообразным создать систему тестирования потенциальных потребителей рекреационных и туристских услуг, которая, подобно полиграфу, устанавливала истинную психофизиологическую predisposition потенциального туриста или путешественника к тому или иному виду активного времяпрепровождения.

Формирование целеуказания для каждого конкретного индивидуума, которое с большой долей вероятности обеспечивало бы максимальный потребительский эффект, позволит произвести классификацию потребителей рекреационных и туристических услуг по признаку наибольшей благоприятности психологического воздействия места, времени и цели экспедиции. На основании указанной классификации возможно формирование типов туристических групп по характеру психофизиологических особенностей их участников.

Психологическая и физическая подготовка участников туристических мероприятий объективно благоприятствует реализации концепции энвиронментальной психологии. Потенциальный турист оказывается в большей степени подготовленным к местной идентификации, т.е. самоидентификации личности на основе ее представлений об окружающей среде. В результате повышается функциональная достаточность туризма благодаря:

- облегчению распознавания окружающей среды на основе опыта обитания в ней

или подобной среде, что создает предпосылки для более глубокого и полного ее понимания и изучения;

- устанавливается адекватная типу личности туриста степень значимости окружающей среды на основе релевантных когнитивных структур, что позволяет прогнозировать развитие ситуации в соответствующей окружающей среде;

- создает условия формирования у туриста системы предпочтений в отношении той или иной окружающей среды;

- предопределяет адекватность реакции

личности в отношении потенциальных и реальных опасностей конкретной окружающей среде.

Современные IT-технологии, программные и аппаратные системы могут стать достаточной технологической базой для внедрения системы тестирования потенциальных туристов и путешественников и обеспечить формирование максимально пригодных туристических команд для соответствующих туров и экспедиций. При этом более успешно достигается главный принцип в сфере оказания услуг: «Клиент всегда прав».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Андрианов В.И.** Проблемы развития внутреннего и въездного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 3. Т 9. С.5-11.
2. **Клейман А.А., Евреинов О.Б.** Инфраструктура туризма: стратегия развития. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 386 с.
3. Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. Сб. науч. трудов. X Междунар. науч.-практ. конф. М.: МГИИТ им. Ю.А. Сенкевича, 2017. Вып. 10. Ч.1. 474 с.
4. **Латорцев А.А.** Необходимость и проблемы долгосрочного планирования в индустрии туризма на международном и национальном уровне как залог стабильного развития в период длительной неустойчивости мировой экономики // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2018. № 1. С.197-210.
5. **Линчевский Э.Э.** Типология и психология туризма. М.: Сов. спорт, 2008. 272 с.
6. **Назаров А.Н.** Путешествия как метод постижения бытия: монография. Ч. II. М.: Университетская книга, 2017. 253 с.
7. **Политикова Н.А., Таранов А.С.** Экологический поисковый туризм как фактор сохранения ассимиляционного потенциала территории // Безопасность жизнедеятельности: проблемы и решения – 2017. Сб. науч. трудов междунар. науч.-практ. конф. Курган: Изд-во Курганской ГСХА, 2017. С. 402-406.
8. **Таранов А.С., Политикова Н.А.** Кластерное развитие воспроизводящих систем региона // Вестник Курганского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2014. №3(34). С. 125-127.
9. **Таранов А.С., Политикова Н.А.** Экономическая и целевая детерминация в организации воспроизводящих систем // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №6(67). С. 101-110. DOI: 10.12737/212012
10. **Хрусталева А.Д., Таранов А.С., Политикова Н.А., Зуева О.Н.** Особенности процессов самоорганизации в градостроительстве // Современное состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса. Сб. науч. трудов междунар. науч.-практ. конф. Курган: КГСХА им. Т.С. Мальцева. 2016. С. 395-397.
11. **Царьков П.Е.** Путешествие как особый вид социальной деятельности: некоторые особенности прогнозирования туристского потока // Вестник РМАТ. 2019. №1. С.136-139.
12. **Чудновский А.Д., Жукова М.А.** Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта. М.: Фед. аг-во по туризму, 2014. 304 с.
13. **Шарафутдинов В.Н., Яковенко И.М., Позаченюк Е.А., Онищенко Е.В.** Крым: новый вектор

- развития туризма в России: монография. М.: ИНФРА-М, 2019. 364 с.
14. Янюшкин В.А., Левченко Т.П., Рябцев А.А. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере: Монография. М.: НИЦ Инфра-М, 2014. 162 с.
 15. Goeldner Ch.R., Ritchie J.R.B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. New Jersey: John Wiley & Sons, 2006.
 16. Mathieson A., Wall G. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. London: Longman Group Ltd., 1982.
 17. Rudez H.N. Challenges of Developing Intellectual Capital // New Trends in Tourism and Hospitality Management, 2004.
 18. Rutter H. Wirtschaftsfaktor Tourismus. Bern, 2002.
 19. Swarbrooke J., Horner S. Consumer Behaviour in Tourism, Second Edition. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2007.
 20. Zeng B. Consumption Behaviours of Park Visitors and the Implications for Tourism Marketing: A Case in China // Chinese Studies. 2013. Vol.2 No.1.

Aleksei S. TARANOV ^a,
Natalia A. POLITIKOVA ^b

^a Kurgan State University (Kurgan, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Engineering, Professor; e-mail: taranov495@yandex.ru
^b Russian State University of Physical Education,
Sport, Youth and Tourism (Moscow, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: politikovana1963@mail.ru

ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY AS A FACTOR OF TOURIST ACTIVITY

The article outlines the theoretical and methodological foundations of the influence of the environment on the psycho-emotional state of a tourist, his cognitive and reflexive activity. The authors analyze and justify the impact of architectural, visual and landscape characteristics that affect the human condition. The article formulates basic approaches to the process of forming an urbanized environment, taking into account the needs of the modern tourist business. Psychoanalytic and cognitive aspects of the selection, formation and organization of tourist groups or expeditions in accordance with the psycho-emotional, volitional and intellectual characteristics of people who intend to make a tourist trip are substantiated. Psychoanalysis of the client is considered as a basis for the formation of marketing strategy in the provision of tourism services, based on the harmonization of the type and nature of services, and psycho-physiological and ideological characteristics of the individual. The approach proposed in the article is important in managing the risks of reorganization of travel, as it creates conditions for reducing the degree of uncertainty in the reactions of clients of a travel company to a variety of forms of disturbing environmental impacts that potentially exist in tourism activities. Ensuring the psychological compatibility of tourists and the psycho-emotional impact of the environment is an important condition for the tourism industry development. The information contained in the article can serve as a methodological basis for the tactical and organizational support of tourist groups.

Keywords:

organization and development of tourism, environment, city, multiparameter systematization, organization of urban space, territory cluster zoning, human psyche, tourist psycho-type, reflection, architectural psychology

References

1. **Andrianov, V. I.** (2015). Problemy razvitija vnutrennego i v'ezdnoho turizma [Problems of development of domestic and incoming tourism]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 3(9), 5-11. (In Russ.).
2. **Kleiman, A. A., & Evreinov, O. B.** (2015). *Infrastruktura turizma: strategija razvitija [Tourism Infrastructure: The Development Strategy]*. Moscow: NIC INFRA-M. (In Russ.).
3. (2017). *Industrija turizma: vozmozhnosti, priority, problemy i perspektivy [Tourism industry: opportunities, priorities, problems and prospects]*. Collection of scientific papers X international scientific and practical conference, 10(1). Moscow: Yu.A. Senkevich Moscow State Institute of Tourism Industry. (In Russ.).
4. **Latortsev, A. A.** (2018). Neobhodimost' i problemy dolgosrochnogo planirovanija v industrii turizma na mezhdunarodnom i nacional'nom urovne kak zalog stabil'nogo razvitija v period dlitel'noj neustojchivosti mirovoj ekonomiki [The need and problems of long-term planning in the tourism industry at the international and national level as a guarantee of stable development in the period of long-term instability of the world economy]. *Vestnik Moskovskogo finansovo-juridicheskogo universiteta [Bulletin of the Moscow University of Finance and Law]*, 1, 197-210. (In Russ.).
5. **Linchevsky, E. E.** (2008). *Tipologija i psihologija turizma [Typology and psychology of tourism]*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
6. **Nazarov, A. N.** (2017). *Puteshestvija kak metod postizhenija bytija [Traveling as a method of comprehending being]: A monograph. Part II.* Moscow: University book. (In Russ.).
7. **Politikova, N. A., & Taranov, A. S.** (2017). Ekologicheskij poiskovyj turizm kak faktor sohraneniya assimiljacionnogo potenciala territorii [Ecological search tourism as a factor of preservation of assimilation potential of the territory]. *Bezopasnost' zhiznedejatel'nosti: problemy i reshenija – 2017 [Life safety: The problems and solutions – 2017]*: Collection of scientific papers of the international scientific and practical conference. Kurgan: Kurgan State Agricultural Academy, 402-406. (In Russ.).
8. **Taranov, A. S., & Politikova, N. A.** (2014). Klasternoe razvitie vosproizvodjashhih sistem regiona [Cluster development of reproducing systems in the region]. *Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki [Bulletin of Kurgan state University. Series: Humanities]*, 3(34), 125-127. (In Russ.).
9. **Taranov, A. S., & Politikova, N. A.** (2016). Ekonomicheskaja i celevaja determinacija v organizacii vosproizvodjashhih sistem [Economic and target determination in the organization of reproducing systems]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and abroad]*, 10(6), 101-110. (In Russ.).
10. **Khrustalev, D. A., Taranov, A. S., Politikova, N. A., & Zueva, O. N.** (2016). Osobennosti processov samoorganizacii v gradostroitel'stve [Features of self-organization processes in urban planning]. *Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija agropromyshlennogo kompleksa [Current state and prospects of development of agroindustrial complex]*: Collection of scientific papers of the international scientific and practical conference. Kurgan: T. S. Maltsev Kurgan State Agricultural Academy, 395-397. (In Russ.).
11. **Tsarkov, P. E.** (2019). Puteshestvie kak osobyj vid social'noj dejatel'nosti: nekotorye osobennosti prognozirovaniya turistskogo potoka [Travel as a special type of social activity: Some features of forecasting the tourist flow]. *Vestnik RMAT [Vestnik of RIAT]*, 1, 136-139. (In Russ.).
12. **Chudnovsky, A. D., & Zhukova, M. A.** (2014). *Upravlenie potrebitel'skimi predpochtenijami v sfere otechestvennogo turizma i gostepriimstva i osnovnye napravlenija realizacii turistskogo produkta [Management of consumer preferences in the field of domestic tourism and hospitality and the main directions of implementation of the tourist product]*: A textbook. Moscow: Federal Agency for Tourism. (In Russ.).

13. Sharafutdinov, V. N., Yakovenko, I. M., Pozachenyuk, E. A., & Onishchenko, E. V. (2019). *Krym: novyj vektor razvitiya turizma v Rossii [Crimea: A new vector of development of tourism in Russia]: A monograph*. Moscow: INFRA-M. (In Russ.).
14. Yanushkin, V. A., Levchenko, T. P., Ryabtsev, A. A. (2014). *Upravlenie investicionnoj privlekatel'nost'ju v turistsko-rekreacionnoj sfere [Management of investment attractiveness in the tourist and recreational sphere]: A monograph*. Moscow: NIC INFRA-M. (In Russ.).
15. Goeldner, Ch. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
16. Mathieson, A., & Wall G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman Group Ltd.
17. Rudez, H. N. (2004). Challenges of Developing Intellectual Capital. *New Trends in Tourism and Hospitality Management*.
18. Rutter, H. (2002). *Wirtschaftsfaktor Tourismus*. Bern.
19. Swarbrooke, J., & Horner S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
20. Zeng B. (2013). Consumption Behaviours of Park Visitors and the Implications for Tourism Marketing: A Case in China. *Chinese Studies*, 2(1).

Таранов А.С., Политикова Н.А. Психология среды как фактор туристской деятельности // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 50-61. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10104.

Taranov, A. S., & Politikova, N. A. (2019). Environmental psychology as a factor of tourist activity. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 50-61. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10104. (In Russ).

ЧУДАЙКИНА Галина Михайловна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
старший преподаватель; e-mail: galinachudaykina@mail.ru*

АВАГЯН Асмик Арменовна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
преподаватель; e-mail: avagyanasmik@gmail.com*

ЛОГИНОВА Наталия Юрьевна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
старший преподаватель; e-mail: snare64@mail.ru*

КОСТОВАРОВА Валентина Васильевна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
старший преподаватель; e-mail: vvtelesh-63@mail.ru*

К вопросу о туристическом потенциале Камбоджи

В статье рассматривается вопрос о туристическом потенциале Камбоджи. Приводится общая характеристика туризма в Камбодже, а также статистические данные о развитии данной отрасли. Обосновываются ключевые факторы, привлекающие туристов в Камбоджу. Авторы приходят к выводу о том, что на востребованность Камбоджи в качестве туристической дестинации влияют природные особенности страны, её богатая история и традиции, культурные развлечения, возможности для водного и гастрономического туризма, транспортная доступность, а также конкурентоспособные цены. Среди существующих проблем индустрии туризма в Камбодже выделяются недостаточный профессионализм работников сферы туризма и сервиса, несоблюдение санитарно-гигиенических норм и ограниченность выбора в заведениях общественного питания. Подчёркивается, что туризм в Камбодже растёт быстрыми темпами и становится главным сектором национальной экономики. В статье приводятся ссылки на работы других авторов, исследовавших туризм в Камбодже. Опираясь на работы предшественников и современное состояние индустрии туризма, авторы предлагают свои решения существующих проблем: маркетинг существующих туристических направлений Камбоджи, их продвижение в целевые страны, оценка и удовлетворение потребностей международных туристов, развитие имиджа страны при помощи рекламы и Интернета, обучение будущих работников сферы туризма, сервиса и гостиничного дела в профильных российских вузах и создание российско-камбоджийского колледжа туризма для подготовки квалифицированных кадров. Подчёркивается ведущая роль Российского государ-

Ключевые слова:

туристическое направление, особенности Камбоджи, туризм, проблемы в сфере туризма, правительство Камбоджи, иностранные туристы, сотрудничество России и Камбоджи, подготовка квалифицированных кадров

ственного университета туризма и сервиса в подготовке персонала в сфере туризма и развитии сотрудничества Российской Федерации и Королевства Камбоджа.

Введение. Среди множества туристических дестинаций Юго-Восточной Азии одной из наиболее перспективных является Камбоджа. Ежегодно Камбоджа привлекает большое количество туристов, а статистика въездного туризма неуклонно растёт. Однако, существуют и некоторые проблемы, стоящие на пути к ещё большему развитию туризма. В связи с этим тема туристического потенциала Камбоджи является актуальной в наши дни и, по мнению авторов, требует большего внимания.

Объектом данного исследования стал туристический потенциал Камбоджи, а в качестве предмета авторы рассматривают факторы развития туризма. Цели авторов статьи заключаются в следующем:

- выяснить, каково текущее состояние этой туристической дестинации, а также причины её популярности;
- определить текущие проблемы в индустрии туризма в Камбодже;
- найти возможные пути устранения сдерживающих факторов развития туризма в Камбодже.

Для достижения поставленных целей авторы используют метод содержательного анализа статистических данных о туризме в Камбодже, а также недавних публикаций на эту тему.

Королевство Камбоджа – это страна, расположенная в южной части полуострова Индокитай в Юго-Восточной Азии [2]. Она граничит с Таиландом, Лаосом и Вьетнамом (см. рис. 1).

На сегодняшний день нет достоверной информации о том, как давно люди живут на территории нынешней Камбоджи. Предполагается, что люди, использовавшие каменные инструменты, жили на данной территории ещё в 4000 году до н. э., а рис выращивался на камбоджийской земле задолго до I века н. э.

Первые камбоджийцы, вероятно, прибыли задолго до любой из этих дат и мигрировали с севера, хотя ничего не известно об их языке или образе жизни.

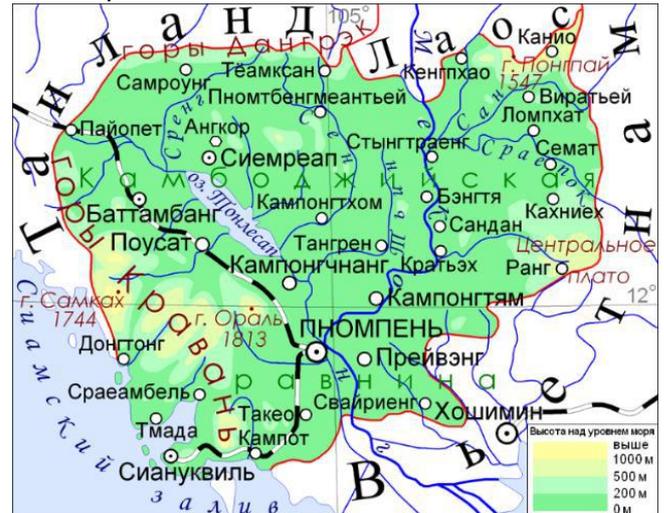


Рис. 1 – Карта Камбоджи

К началу I века н. э. китайские торговцы начали сообщать о существовании внутренних и прибрежных королевств в Камбодже. Эти королевства многим обязаны индийской культуре, из которой были заимствованы алфавит, виды искусства, архитектурные стили, религии (индуизм и буддизм) и стратифицированная классовая система. Местные верования, подчёркивающие важность духов предков, сосуществовали с индийскими религиями и остаются могущественными и сегодня.

Современная культура Камбоджи берёт свои корни в I–VI веках в государстве, называемом Фунань, известном как старейшее индуизированное государство в Юго-Восточной Азии. Именно с этого периода развивался камбоджийский язык как часть Мон-Кхмерской семьи языков, которая содержит элементы санскрита, древней религии индуизма и буддизма. Историки отмечают, что камбоджийцев можно отличить от соседей по одежде: вместо соломенных шляп они носят

клетчатые шарфы, известные как Крама.

Фунань уступил место империи Ангкор. В последующие 600 лет могущественные кхмерские короли доминировали на большей части территории современной Юго-Восточной Азии, от границ Мьянмы на востоке до Южно-Китайского моря и на севере до Лаоса.

Камбоджа в наши дни

Современная Камбоджа живёт в течение двух последних десятилетий в условиях относительной стабильности. Главой государства в настоящее время является король Нородом Сихамони. Интересно, что камбоджийские короли когда-то имели статус полубогов, но сегодня роль монарха в основном церемониальная.

В экономике доминирует швейное производство, развивается туризм. Камбоджа надеется задействовать оффшорные запасы нефти и газа и привлечь иностранные инвестиции. Тем не менее, сегодня эта страна является одной из беднейших стран мира, а большая часть рабочей силы занята в натуральном хозяйстве¹.

Официальный язык Камбоджи – кхмерский. Хотя местные жители не говорят на многих иностранных языках, французский язык по-прежнему распространён в крупных городах. В последнее время правительство Камбоджи уделяет дополнительное внимание изучению английского языка в целях содействия проведению экономических реформ, в том числе и для развития туризма.

Камбоджа является членом ООН с 1955 года, АСЕАН, Восточноазиатского саммита, ЮНВТО, Движения неприсоединения и Франкофонии. По данным ряда зарубежных организаций, в стране широко распространена бедность, повсеместная коррупция, отсутствие политических свобод, низкий уровень человеческого развития и высокий уровень голода. В то время как доход на душу населения остаётся низким по сравнению с боль-

шинством соседних стран, Камбоджа имеет одну из самых быстрорастущих экономик в Азии, с ростом в среднем 7,6 % за последнее десятилетие. Сельское хозяйство остаётся доминирующим сектором экономики, при этом значительный рост в текстильной промышленности, строительстве, швейной промышленности и туризме ведёт к увеличению иностранных инвестиций и международной торговли.

Общая характеристика туризма в Камбодже

Камбоджа – одна из четырёх развивающихся стран в мире с доходом от туризма, превышающим 300 млн. долларов в год [5, с. 196]. В последние годы в экономической политике стран Индокитая прослеживается устойчивая тенденция к развитию туристической сферы в качестве основной движущей силы в экономике и в социальной сфере. Созданное в 2015 году экономическое сообщество АЭС имеет целью развитие сотрудничества между странами-членами Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) в сфере туризма и в других областях. Данное событие очень важно для развития туризма в странах региона [6].

В большинстве стран мира неуклонно растёт интерес к камбоджийской культуре. Используя этот фактор, правительства многих стран делают ставку на развитие туризма в данном регионе, стремясь повысить интерес граждан к новому для них направлению. Множество коммерческих и академических исследований было проведено по таким направлениям, как Вьетнам и Лаос. Тем не менее, не так много сделано относительно недавно вновь открывшейся Кампучии, более известной как Камбоджа. Несмотря на то, что есть определённый соблазн упростить проблему на основании того, что все эти страны сталкиваются с одинаковыми трудностями и имеют общие черты из-за их сходного географического и исторического фона, у каждой из них есть свои характерные особенности, которые делают процесс развития туризма в каждой из этих стран уникальным и своеобраз-

¹ BBC News: Cambodia Country Profile. 20.07.2018. URL: <https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13006539> (Дата обращения: 13.01.2019).

ным.

Гранича с Таиландом на западе и северо-западе, Лаосом на севере и Вьетнамом на востоке, Камбоджа некогда воспринималась многими как сельскохозяйственные угодья Азии. Единственный выход к морю – это морское побережье Сиамского залива. Камбоджа представляет собой большой равнинный участок суши, занимающий территорию в 181 000 кв. км. До начала гражданской войны основу экономики Камбоджи составляла аграрная сфера. В 1960-х годах 20 века Камбоджа была одним из самых быстрорастущих туристических направлений в Юго-Восточной Азии. Туристы стран Запада воспринимали Камбоджу как страну чудес. Основными туристическими достопримечательностями в этот благоприятный период являлись город Пномпень с его чрезвычайно самобытной культурой, обычаями и богатейшим историческим наследием, легендарные храмы близ Сиенреапа и особенно Ангкор-Ват.

Гражданская война, начавшаяся в 1970 году, положила конец годам процветания. Тяжёлое положение сохранялось до 1992 года, когда Организация Объединенных Наций начала реализовывать план по поддержанию мира и восстановлению экономики, который способствовал стабилизации политической ситуации в Камбодже.

Правительство Камбоджи с большим энтузиазмом воспринимает перспективу возвращения в страну иностранных туристов. Однако страна сталкивается и с многочисленными проблемами, которые затрудняют этот процесс. Основные сложности связаны со слабым развитием инфраструктуры и системы безопасности. Тем не менее, камбоджийцы прилагают все усилия для развития туристической отрасли, её перспективных направлений и переосмысливают старую концепцию туризма в соответствии с потребностями и реалиями сегодняшнего дня.

Туризм – «зелёное золото» Камбоджи

Несколько лет назад министр туризма Камбоджи д-р Тонг Хон назвал туризм «зелё-

ным золотом», отметив таким образом значимость данной отрасли для социально-экономического развития страны. Наблюдается устойчивый рост количества туристов из России и Индии в Камбодже, в то время как наибольшее количество туристов прибывает из Вьетнама, Кореи, Китая, Японии, США, Франции, Великобритании, Таиланда, Австралии и Тайваня. Туризм как система является приоритетным сектором, способствующим социально-экономическому развитию, созданию рабочих мест, получению доходов, улучшению условий жизни и сокращению бедности. Он является жизненно важной частью зелёной экономики, так как его доходы напрямую интегрированы в национальную экономику, увеличивая ВВП и стабилизируя торговый баланс².

Рост камбоджийского туризма связан с повышением привлекательности страны как туристического направления как на региональном, так и на глобальном уровнях. Особенно Камбоджа обладает огромным потенциалом для развития культурно-познавательного и рекреационного туризма [3].

В 2016 и 2018 гг. Королевство Камбоджа было признано самым привлекательным туристическим направлением в мире³. В свою очередь, храм Ангкор-Ват занял первое место как в Азии, так и в мире как наиболее привлекательный туристический объект, а город Сиенреап занял первое место в Азии и второе в мире как самое привлекательное туристическое направление.

Несмотря на мировой экономический кризис, в Камбодже наблюдается постоянный рост туризма (табл. 1). На туризм также приходится почти треть ВВП Камбоджи, что при-

² Cambodia sees tourism as “green gold”. URL: <https://www.tourismcambodia.com/news/localnews/3845/cambodia-sees-tourism-as-green-gold.htm> (Дата обращения: 14.01.2019).

³ The Kingdom of Cambodia. World best tourist destination for 2016. URL: <http://worldbesttouristdestination.yolasite.com/cambodia-world-best-tourist-destination-for-2016.php> (Дата обращения: 14.01.2019).

носит экономике 5 миллиардов долларов и более 4,5 миллионов посетителей в год⁴. Эксперты сходятся во мнении, что возможности для роста по-прежнему велики, и отрасль стремится разработать стратегию развития устойчивого туризма на 2019–2020 годы.

Таблица 1 – Статистика туризма в Камбодже⁵

Год	Число туристов	Изменение, %
2016	5,011,712	▲ 5,0
2015	4,775,231	▲ 6,1
2014	4,502,775	▲ 7,0
2013	4,210,165	▲ 17,5
2012	3,584,307	▲ 24,4
2011	2,881,862	▲ 14,9
2010	2,508,289	▲ 16,0
2009	2,161,577	▲ 1,7
2008	2,125,465	▲ 5,5
2007	2,015,128	▲ 18,5
2006	1,700,041	▲ 19,6
2005	1,421,615	▲ 34,7
2004	1,055,202	▲ 50,5

В 2015 году доход от туризма составил более 3 000 млн. долларов США. Количество работающих в сфере туризма увеличилось до 620 тыс. человек. По словам премьер-министра Камбоджи, в 2019 году прогнозируется рост числа туристов до 6 миллионов, а в 2020 году число международных туристов достигнет примерно 7 миллионов человек, а общий доход составит около 5 000 млн. долларов США, что создаст возможности трудоустройства для почти 1 млн. человек. Как видно из табл. 1, статистика туризма в Камбодже неуклонно растёт, и некоторые показатели можно по праву назвать одними из самых впечатляющих туристических достижений в

⁴ Cambodia's new tourism marketing strategy. 30.03.2016. URL: <https://www.b2b-cambodia.com/articles/cambodias-tourism-marketing-strategy/> (Дата обращения: 11.01.2019).

⁵ Tourism Statistics Report 2017. Ministry of Tourism. Statistics and Tourism Information Department. URL: http://cambodia-tourism.org/my_content/uploads/2018/06/tourism_statistics_2017.pdf (Дата обращения: 13.01.2019).

мире. Например, по сравнению с 2003 годом в 2004 число туристов выросло вдвое.

Туристы со всего мира приезжают в Камбоджу по разным причинам: одних привлекает богатая история государства, другие заинтересованы в традициях этой необычной страны. Рассмотрим основные факторы, привлекающие туристов в Камбоджу.

1. Богатая история и традиции

Королевство Камбоджа – это государство с богатыми обычаями и традициями. Одной из замечательных традиций прошлого, которая дошла до наших дней, является гостеприимство и дружелюбие [1]. Кроме того, богатая культура Камбоджи несомненно очаровывает туристов, как только они прибывают в страну. Традиции страны уходят корнями в глубь веков, а сочетание буддийских и индуистских обычаев создаёт уникальные камбоджийские ритуалы. Одним из достояний королевства является Робам Апсара, представляющий собой классическую форму камбоджийских танцев, которые когда-то исполнялись во дворе королевского дворца. Говорят, что танцы были частью кхмерской культуры более 1000 лет. Теперь посетители могут увидеть выступления Апсара в популярных туристических центрах.

2. Достопримечательности и природные богатства

Одним из основных факторов развития туризма любой страны, в том числе и Камбоджи, являются её географические, природные и экологические особенности. Экологическая ситуация в Камбодже достаточно благоприятная. Наиболее привлекательными природными факторами являются роскошная тропическая лесная растительность, таинственная река Меконг, легендарный Ангкор-Ват рядом с Сиамреапом и знаменитая Слоновая терраса. Всё это стимулирует интерес экотуристов, любителей тропических лесов и экзотической природы Юго-Восточной Азии.

Камбоджийский природоохранный пролив Ко Конг – особое удовольствие для путе-

шественников, которые отправляются от Сиенреапа. В этом регионе находятся некоторые самые впечатляющие природные чудеса страны. Горы Кардамон, почти 20 крупнейших водных артерий, массивные тропические леса и около 60 видов находящихся под угрозой уничтожения животных, являются выдающимися природными достопримечательностями.

Камбоджийский Ангкор-Ват может соперничать только с некоторыми из величайших исторических достопримечательностей мира. Та Прум, в свою очередь, является частью комплекса Ангкор, заслуживающий особого внимания. В отличие от многих восстановленных храмов археологического парка, Та Прум был оставлен в его первоначальном виде. Эта часть археологического заповедника окутана лианами джунглей, деревьев и растений.

После посещения комплекса Ангкор и знакомства с культурой Камбодж туристы могут погрузиться глубже в историю страны. Национальный музей Камбоджи является одним из лучших мест, чтобы получить представление о бурной истории страны. Он предлагает одну из крупнейших в мире коллекций кхмерских скульптур и артефактов.

Национальный парк Вирачи протянулся на 3325 кв. км. Парк настолько большой, что его территория полностью не изучена. Он расположен на северо-востоке Камбоджи и простирается вплоть до границы Лаоса и Вьетнама. Посетители могут увидеть такие редкие виды животных, как слоны, тигры, малайские медведи, гигантские ибисы и дымчатые леопарды. Национальный парк предлагает одну из лучших программ по экотуризму Камбоджи.

Камбоджа – это не только место, где можно полюбоваться древними руинами, в стране есть целый ряд современных, модных городов, которые полюбили туристам. Баттамбанг – это прибрежный город с французской колониальной архитектурой, уютными кафе и уникальным сочетанием классического камбоджийского стиля и современных элементов. У туристов есть возможность выбрать

8-10-часовую поездку на теплоходе мимо плавучих деревень и захватывающих пейзажей от Сиенреапа до Баттамбанга.

3. Культурные развлечения

Сфера досуга и развлечений этой страны является важным притягательным фактором для туристов. В частности, Пномпень может похвастаться разнообразной, искрящейся яркими красками ночной жизнью. Сотни ночных клубов, дискотек, баров, саун и массажных салонов ожидают туристов как в отелях, так и за их пределами.

В Камбодже существует также множество других форм культурных развлечений, таких как классический национальный балет, народная музыка, традиционные оркестры, народные танцы и знаменитый театр теней. В последнее время традиционное народное искусство получает внимание и поддержку со стороны королевской семьи и правительства. Все эти виды исполнительских искусств доступны на местных фестивалях или иногда в гостиницах по специальному запросу. Основы камбоджийской культуры уходят в далёкое историческое прошлое и при этом тесно перекликаются с культурой других стран этого региона, в частности Таиланда и Вьетнама.

4. Возможности для водного туризма

Непревзойденные природные условия Камбоджи являются домом для некоторых самых редких животных в мире. Дельфины реки Меконг Ирравади обитают почти на 200-метровом участке Меконг. Несколько специализированных туристических компаний с удовольствием отвозят туристов на живописные речные прогулки, чтобы они могли понаблюдать за одним из самых редких видов дельфинов в мире.

Тонлесап – это крупнейшее пресноводное озеро Юго-Восточной Азии, размер которого меняется с каждым сезоном дождей. Можно воспользоваться услугами гида и взять напрокат лодку из Сиенреапа, Кампонг Кхлеанга, Пномпеня, Баттамбанга или других прибрежных городов, чтобы исследовать плавучие деревни и полюбоваться бесчисленными

видами птиц, рыб, рептилий и растений. Также можно отправиться в Комронг Луонг и остановиться на ночь в плавучей деревне.

Величественное кратерное озеро Боэнг Йак Лом находится в самом сердце охраняемой территории Йак Лом на северо-востоке Камбоджи. Оно считается священным местом для коренных жителей, оставшихся в этом районе.

Несомненной популярностью пользуются поездки на Бамбуковый остров Камбоджи. Особенностью этого места является то, что туристы могут полностью отключиться от цивилизации из-за ограниченного там энергопотребления, без горячей воды, без доступа в Интернет, без телевизоров и почти без туристов.

Некоторые пляжи Камбоджи стали менее востребованными, потому что они переполнены туристами и лоточниками, но всё ещё остаются несколько райских островов. Кроличий остров находится у побережья Южной Камбоджи и является тропическим оазисом для любителей пляжного отдыха, которые готовы отложить в сторону современные технологии и насладиться спокойствием острова.

5. Возможности для гастрономического туризма

Камбоджийская (или кхмерская) кухня получила гораздо меньшее международное признание, чем тайская или вьетнамская, но разнообразные блюда, передаваемые из поколения в поколение, по праву могут конкурировать с другими блюдами Юго-Восточной Азии. В Камбодже множество блюд с различными вкусами и текстурами. Часто используются соусы, травы, маринованные овощи, листья и приправы. Рис едят почти с каждым приемом пищи, но то, что делает особенным камбоджийские блюда – это сезонные травы, свежие овощи, тропические фрукты и местная рыба. Многие туристы с удовольствием пробуют необычные блюда из насекомых, считая их экзотическими.

6. Низкие цены и возможности шопинга

Примечательно, что отдых в Камбодже

доступен даже для бюджетных туристов с ограниченными денежными средствами. Экономные путешественники могут остановиться в опрятных, очаровательных номерах и воспользоваться трёхразовым питанием примерно за 25 долларов в день⁶.

Туристы, желающие потратить определённую сумму на сувениры и произведения традиционных камбоджийских ремёсел, могут отправиться на центральный рынок Пномпеня или же в мелкие магазины и лавочки, примыкающие к центрам городов. Центральный рынок заслужил славу важной достопримечательности Пномпеня. Покупки в Камбодже включают элемент торга. Как правило, путешественники могут получить дополнительные скидки до 30% от первоначальных цен; торг стал формой развлечения для туристов. Серебро, ювелирные изделия, скульптура из дерева и слоновой кости, керамика, текстиль и другие произведения традиционных ремёсел являются теми особыми колоритными достопримечательностями, которые пользуются спросом у туристов.

7. Удобные способы передвижения по стране

Существует множество различных способов передвижения по стране: железнодорожный транспорт, автобусы и такси. Но наиболее удобной формой перемещения являются путешествия по воздуху. Действуют регулярные рейсы между излюбленными туристическими направлениями Пномпенем и Сиамреапом, Баттамбангом, Сихановквилем, Кох-Конгом, Крати, Сунг-Тренгом и Кампонг-Чамом, а также нерегулярные рейсы в другие районы страны. На местах у туристов имеются такие варианты, как прокат автомобилей, мотоциклов и велосипедов, доступные по разумным ценам.

⁶ McCaffrey C. 20 reasons why Cambodia is one of the best countries in the world. 15.06.2015. URL: <https://www.flightnetwork.com/blog/20-reasons-cambodia-one-best-countries-world/> (Дата обращения: 13.01.2019).

Проблемы индустрии туризма в Камбодже

Многим достопримечательностям, к сожалению, угрожают человеческие и природные факторы. Сегодня в Камбодже создано больше 20 природных парков и заповедников. Но есть области, развитие туризма в которых сталкивается с проблемами, созданными самой природой. В бассейне реки Меконг происходят сильные наводнения почти в каждый сезон дождей. Это создаёт большие экономические трудности в развитии туристической инфраструктуры. Поэтому туристическая отрасль в этих областях по-прежнему сталкивается с серьёзными материально-техническими проблемами.

Ещё одна проблема, с которой сталкиваются путешественники, связана с дождливым сезоном, приносящим сильные ливни, захлёстывающие всю страну. Уровень воды в реках увеличивается в два раза; дороги оказываются перекрыты или даже разрушены бурными потоками. Многие населённые пункты затапливаются из-за плохой системы ливневой канализации.

Организация питания туристов – ещё одна важная задача, которую необходимо решить. Сеть индустрии питания крупных городов предлагает множество разных блюд и способна удовлетворить самые взыскательные вкусы. Но в более мелких городах и населённых пунктах создаётся проблемная ситуация, связанная с тем, что в основном доступны только традиционные камбоджийские блюда. Жаркий и влажный климат сформировал особую пищевую традицию, изобилующую множеством острых и пряных ароматов. Свойственная национальным блюдам острота может быть слишком непривычна для вкуса и порою даже опасна для здоровья иностранных туристов. Кроме того, отношение к личной гигиене работников сферы питания и обслуживания и ненадлежащий уровень санитарной обработки пищевых серверов, кухонной утвари и столовых приборов являются серьёзной проблемой для многих западных посетителей. Малярия, бешенство, гепатит и

многие другие тропические болезни остаются серьёзными угрозами, которые удерживают многих потенциальных туристов от посещения Камбоджи.

Международная программа АСЕАН — Россия: роль РГУТИС

Немаловажную роль в сотрудничестве Камбоджи и России в области туризма сыграла международная программа АСЕАН — Россия «Курс русского языка для туроператоров стран АСЕАН». Данная программа была реализована в 2017 году, и на официальной церемонии закрытия заместитель Министра туризма Королевства Камбоджа г-н Пак Сохком подчеркнул ключевую роль Российского государственного университета туризма и сервиса в создании и реализации данной программы, а также отметил высокий профессионализм преподавателей Гозаловой М. Р. и Смит Н. Л. В проекте участвовали 29 представителей туристских администраций и организаций стран АСЕАН, которые высоко оценили данную программу⁷.

Март 2018 года ознаменовался новым событием: ректор ФГБОУ ВО «РГУТИС» А.А. Федюлин принял участие в Специальном заседании АСЕАН–Россия по вопросу обучения русскому языку и формирования будущих стратегических направлений для развития интеллектуальной инфраструктуры, состоявшемся в г. Сиемреапе. В ходе заседания ректор вуза представил результаты уже успешно реализованных в 2017 году программ повышения квалификации по русскому языку для туроператоров стран АСЕАН и новый перспективный проект «Комплексная программа по русскому языку для представителей туристской индустрии стран АСЕАН». После заседания прошли переговоры с представителями индустрии туризма стран-членов АСЕАН по вопросу открытия центра гидов-переводчиков для обучения русскому языку в Камбодже. Также А.А. Федю-

⁷ Церемония закрытия международной программы АСЕАН–Россия. URL: <http://rguts.ru/2196-ceremoniya-zakrytiya-mezhdunarodnoy-programmy-asean-rossiya.html> (Дата обращения: 29.12.2018).

лин и Министр туризма Королевства Камбоджа вели переговоры по вопросу открытия Российско-камбоджийского колледжа туризма⁸.



Рис. 2 – Церемония закрытия международной программы АСЕАН-Россия



Рис. 3 – Деловые переговоры ректора РГУТИС с министрами Камбоджи на заседании АСЕАН-Россия

Перспективы развития туризма и пути решения проблем

Камбоджа не должна останавливаться на достигнутом. Чтобы поддерживать свой рост, туристической индустрии необходимо продвигать альтернативные туристические направления. Продвижение Камбоджи за рубежом в целевые страны, оценка и удовлетворение потребностей международных туристов и поддержание конкурентоспособных

цен – всё это обеспечит дальнейшее процветание отрасли.

Камбоджа – загадочная страна для многих туристов; это, безусловно, вызывает у многих людей желание увидеть место, которое в значительной степени не изучено. Для поддержания статуса уникальной и необычной страны правительству страны следует вести политику сохранения культурно-исторических объектов, в которых заключается самобытность Камбоджи. Правительство может развивать имидж страны с помощью маркетинга, рекламы, интернет-блогов и социальных сетей. Однако, важно ввести контроль над публикуемой информацией, ведь даже публикации СМИ могут исказить исторический образ государства и иметь политический подтекст. Для этого предлагается предпринять меры по развитию государственной информационной политики, контролирующей активность СМИ [8]. Важно поддержание политической стабильности, которая, безусловно, отразится на мнении потенциальных туристов о стране посещения.

Недостаточным будет привлечение внимания потенциальных туристов вышеуказанными способами: немаловажно его удержать. В связи с этим предлагается распространение среди уже прибывших туристов информации о стране пребывания. Брошюры, содержащие общие сведения о посещаемой туристической дестинации, заинтересуют любознательных туристов, цель которых – не просто приятный отдых за рубежом, но и расширение кругозора и знаний о Камбодже. Подобные материалы распространяют работники отелей и ресторанов, а также гиды при посещении достопримечательностей. С развитием средств рекламы и маркетинга туристы по возвращении в свою страну смогут оставить отзывы в социальных сетях, на форумах, в блогах, а также рассказать о своих впечатлениях друзьям и знакомым.

В основе текущей стратегии правительства Камбоджи лежит цель продлить пребывание туристов в стране. Министерство ту-

⁸ Деловые переговоры ректора РГУТИС с министрами Камбоджи на заседании АСЕАН-Россия. URL: <http://rgutis.ru/4095-delovye-peregovory-rektora-rgutis-s-ministrami-kambodzhi-na-zasedanii-asean-rossiya.html> (Дата обращения: 29.12.2018).

ризма установило, что в 2015 году большинство посетителей провели в Камбодже в среднем 6,8 дня, согласно его годовому отчёту. По мнению экспертов, маркетинг пляжей Камбоджи и таких мест для отдыха на набережной, как Кампот, – это простой способ удержать посетителей на 3–4 дополнительных дня. Также важно подумать, как заставить туристов вернуться в Камбоджу после их первой поездки. Специалисты уверены, что если в полной мере проявить свой потенциал, то благодаря гостеприимству и туристическому сервису, посетители вернуться⁹.

Модернизация аэропортов страны, особенно в Сиенреапе, может иметь большое значение для развития туризма. Более того, даст свои плоды и эффективное сотрудничество авиакомпаний для координации прямых рейсов и, как следствие, более удобного перемещения туристов между ключевыми центрами Пномпеня, Сиануквиля и Сиенреапа⁹.

С ростом популярности Камбоджи среди азиатских туристов и увеличением количества прямых рейсов из таких городов, как Гонконг, Ханой и Сингапур, количество повторно приезжающих в страну туристов становится всё более значительным. В связи с этим будет целесообразно продолжить развитие авиасообщения для привлечения туристов из более дальних стран.

Вышеупомянутые проблемы индустрии питания также требуют незамедлительного решения для привлечения туристов, не привыкших к гастрономическим традициям Камбоджи. Внедрение разнообразных блюд кухни других стран необходимо начать с крупных городов, привлекающих наибольшее число иностранных туристов. Проблема соблюдения санитарных норм, в свою очередь, должна быть решена вне зависимости от местонахождения заведений общественного питания. Для того, чтобы изменить отношение к личной ги-

гиене работников сферы питания и обслуживания, целесообразно проводить обучающие курсы. Однако, более правильным решением станет полноценное обучение, в том числе и за рубежом. Например, будет эффективным открытие Российско-камбоджийского колледжа туризма, о котором шла речь выше, а также обучение камбоджийских студентов гостиничному делу и ресторанному сервису. Именно высокий уровень профессионализма работников в этих сферах способствует росту потенциальных туристов. Стоит отметить, что активное привлечение камбоджийских студентов в российские вузы, обучающие туризму, сервису и гостиничному делу, может вызвать положительные изменения в качестве получаемого образования российскими студентами, так как у них будет возможность обмена знаниями с иностранными студентами. Более того, можно будет основать совместные тренировочные базы для российских и камбоджийских студентов, необходимость создания которых отмечают преподаватели и студенты РГУТИС [4]. Эти тренировочные базы позволят студентам уделять больше внимания практическим навыкам, подобно многим европейским учреждениям.

При создании современной инфраструктуры туризма и разработке программы по усилению туристической безопасности стране удастся добиться больших результатов в данной индустрии. Под инфраструктурой туризма понимается совокупность гостиниц, заведений общественного питания, транспортных средств, организаций проведения досуга и других туристских ресурсов.

Заключение. Таким образом, проанализировав политико-экономическую, культурно-историческую и природно-экологическую ситуацию в Камбодже, можно сделать вывод о том, что эта страна имеет глубокий потенциал и широкие перспективы для развития туризма. Однако, сфера туризма требует определённых вложений для решения проблем. Поддержание политической стабильности, программы по усилению безопасности в ту-

⁹ Cambodia's new tourism marketing strategy. 30.03.2016. URL: <https://www.b2b-cambodia.com/articles/cambodias-tourism-marketing-strategy/> (Дата обращения: 11.01.2019).

ризме, особое внимание к сохранению культурно-исторических объектов, курс на дальнейшее развитие туристических дестинаций и создание современной инфраструктуры туризма являются теми неотложными вопросами, которые необходимо решить. Другие возможные пути к устранению текущих проблем на пути к большому развитию туризма в Камбодже состоят в следующем:

- продвижение Камбоджи за рубежом в целевые страны;
- оценка и удовлетворение потребностей международных туристов;

- поддержание конкурентоспособных цен;
- распространение информации о стране среди потенциальных и прибывших туристов при помощи средств маркетинга;
- развитие имиджа страны с помощью маркетинга, рекламы, интернет-блогов и социальных сетей;
- открытие учебных заведений для обучения специалистов в сфере туризма и продолжение плодотворного сотрудничества с российскими учебными заведениями, такими как РГУТИС, для подготовки квалифицированных кадров.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Аракелян Т.Ф., Тенг С.** Традиции и обычаи камбоджийского народа // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. 2015. Т. 9. № 5-2. С. 14-16.
2. **Афанасьев О.Е.** Политическое пространство современного мира: Справочник. М.: Наука-Флинта, 2015. 168 с.
3. **Нехорошков А.О.** Возможности и перспективы развития туризма в Камбодже. В сб.: Физическая культура, здравоохранение и образование: Мат. X Междунар. науч.-практ. конф., посв. памяти В.С. Пирусского / Под ред. В.Г. Шилько. 2016. С. 355-356.
4. **Спатарь-Козаченко Т.И., Морозан О.В., Петриенко Н.С.** Актуальные проблемы профессиональной подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства в России и за рубежом // Сервис Plus. 2018. Том 12, вып. 3. С. 44-51.
5. **Трещевский Ю.И., Тхоу Ч.** Некоторые аспекты макроэкономического развития и социально-экономической политики Камбоджи // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2006. № 2. С. 195-198.
6. **Чан Ф.М.** Экономическое сообщество АСЕАН и трудности в процессе развития туризма // Теория и практика общественного развития. 2017. № 2. С. 57-63.
7. **Yudin M.V., Sakharchuk E.S., Gozalova M.R.** The state information policy as condition for the formation of social competences of student (case-study: higher schools of tourism) // World Applied Sciences Journal (Management, Economics, Technology & Tourism). 2014. Vol. 30. Pp. 32-34.

Galina M. CHUDAYKINA ^a,
Asmik A. AVAGYAN ^b,
Natalia Yu. LOGINOVA ^c,
Valentina V. KOSTOVAROVA ^d

^{a-d} *Russian University of Tourism and Service (Moscow, Russia);*

^a *Senior Lecturer; e-mail: galinachudaykina@mail.ru*

^b *Lecturer; e-mail: avagyanasmik@gmail.com*

^c *Senior Lecturer; e-mail: snare64@mail.ru*

^d *Senior Lecturer; e-mail: vvtelesh-63@mail.ru*

ON THE ISSUE OF TOURISM POTENTIAL OF CAMBODIA

This article discusses the tourist potential of Cambodia. General characteristics of Cambodia and statistical data on development of this industry are given. Key factors attracting tourists to Cambodia are pointed out. The authors conclude that the popularity of Cambodia as a tourist destination is influenced by geographical characteristics of the country, its rich history and traditions, cultural

entertainments, opportunities for water and gastronomic tourism, availability of transport and competitive prices. Among current problems of the tourism industry of Cambodia are the following ones: a lack of professionalism of employees in the spheres of tourism and service, sanitary code violation and a limited choice in public catering institutions. It is pointed out that tourism in Cambodia is a fast-growing industry which is becoming the main sector of national economy. The article contains references to research of other authors on tourism in Cambodia. Based on previous research and the current state of the tourism industry, the authors offer their solutions to existing problems, such as marketing of current tourist destinations of Cambodia and their promotion in target countries, estimation and satisfaction of needs of international tourists, development of country's image with the help of advertising and Internet, training of future employees in the spheres of tourism, service and hospitality business at specialized Russian universities and creating the Russian-Cambodian college of tourism for preparation of qualified staff. The leading role of the Russian State University of Tourism and Service in training of personnel in tourism industry and development of partnership between the Russian Federation and the Kingdom of Cambodia has been emphasized.

Keywords:

tourist destination, characteristics of Cambodia, tourism, problems in tourism industry, government of Cambodia, foreign tourists, partnership of Russia and Cambodia, preparation of qualified staff

References

1. **Arakelyan, T. F., & Teng, S.** (2015). Tradicii i obychai kambodzhijского народа [Traditions and customs of Cambodians]. *Aktualniye problemy gumanitarnykh i sotsialno-ekonomicheskikh nauk [Current problems of humanities, social and economic sciences]*, 9(5-2), 14-16. (In Russ.).
2. **Afanasiev, O. E.** (2015). *Politicheskoe prostranstvo sovremennogo mira [Political space of the modern world]: a Handbook*. Moscow: nauka-Flinta. (In Russ.).
3. **Nekhoroshkov, A. O.** (2016). Vozmozhnosti i perspektivy razvitiya turizma v Kambodzhe [Possibilities and prospects for tourism development in Cambodia]. In: *Phizicheskaya kultura, zdoravookhranenie i obrazovanie [Physical education, health and education]: Materials of X International Scientific Conference in memory of V.S. Pirussky*, 355-356 (In Russ.).
4. **Spatar'-Kozachenko, T. I., Morozan, O. V., & Petrienko, N. S.** (2018). Aktual'nye problemy professional'noj podgotovki kadrov v sfere turizma i gostepriimstva v Rossii i za rubezhom [Current problems of staff training in the sphere of tourism and hospitality in Russia and abroad]. *Servis Plus [Servis Plus]*, 12(3), 44-51 (In Russ.).
5. **Treshchevsky, Yu. I., & Tkhou, Ch.** (2006). Nekotorye aspekty makroekonomicheskogo razvitiya i social'no-ekonomicheskoy politiki Kambodzhii [Some aspects of macroeconomic development and socioeconomic policy of Cambodia]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta [Voronezh State University Bulletin. Series: Economics and management]*, 2, 195-198 (In Russ.).
6. **Chan, F. M.** (2017). ASEAN Ekomichestvo soobshchestvo ASEAN i trudnosti v processe razvitiya turizma [Economic community and difficulties in the tourism development process]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and practice of social development]*, 2, 57-63. (In Russ.).
7. **Yudin, M. V., Gozalova, M. R., & Sakharchuk, E. S.** (2014). The state information policy as condition for the formation of social competences of student (case-study: higher schools of tourism). *World Applied Sciences Journal (Management, Economics, Technology & Tourism)*, 30, 32-34.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

УДК 334.02

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10106

ДЫШЛОВОЙ Игорь Николаевич

*Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
(Симферополь, Респ. Крым, РФ);
доктор экономических наук, профессор; e-mail: dintur@mail.ru*

Бюрократия в управлении: анализ, методы борьбы

Цель работы – показать прямое влияние бюрократической системы управления на экономическое состояние от предприятия до всей экономики страны в целом. В статье раскрывается современное трактование бюрократии, охарактеризована власть бюрократии как проявление волюнтаризма и вседозволенности, которая зачастую пренебрегает общественным мнением и развитием общества. Описана бюрократическая система управления в России и ее влияние на экономику, доказано, что использование электронных услуг никак не влияет на проблему формирования очередей и не показывает высокую исполнительность и скорость оказания услуг. Это свидетельствует о иррациональном планировании трудового времени самих структурных органов государственного управления. Рассмотрены методы борьбы с бюрократизмом, а также методы дебюрократизации и модернизации современной системы государственного управления. Предложено начать с государственной службы, чем рассматривать всю целостную систему управления. Государственная служба являет собой основное разветвление административных изменений. Начав модернизацию, госслужащие будут следовать дальнейшим преобразованиям, которые отразятся на экономике от предприятия до экономики страны в целом и социально-экономические отношения в социуме. Важным аспектом концепции преобразований и модернизации является законодательный характер осуществления реформ. Суть данного предложения заключается во внесении схем изменений в действующую законодательную базу. Немаловажным фактором будет являться и распространение информации о намечающихся реформах в обществе с целью ознакомления и контролирования процесса проведения и результативности. При этом, в законодательной форме в обязательном порядке должны быть указаны сроки проведения преобразований в целях обеспечения их исполнения, конкретные ответственные структуры.

Ключевые слова:

бюрократия, власть, государственное управление, модернизация, демократизация

Введение. Термин «бюрократия» представляет собой крайне абстрактное понятие, насчитывающее несколько веков. Причиной

данного явления является разрозненное толкование, которое понимается большим числом исследователей по-разному.

Первоначальным посылом для возникновения данного термина является история Древнего Рима, в которой для обозначения грубой шерсти использовалось слово «бюрра». Затем данная лексема была извлечена во французский язык, где видоизменилось на «бюро», что подразумевало вариацию шерстяной ткани. Следуя исследованию Т.А. Беловой, в XVI веке этим словом обозначили стол, покрытый тканью, а в XVII веке начали называть кабинет, канцелярию, где стояли столы [1]. Дальнейшая трансформация термина произошла в начале XVIII века. В это время в обиход вошло слово «бюролист», использовавшееся для категории людей, работавших в бюро. В последующем, слово трансформировалось в известное нам понятие «бюрократия», определявшее власть бюро, чиновников и канцелярии.

1. Понятие бюрократии в общенаучном контексте

Впервые в экономическую область данный термин был введён французским экономистом Венсаном де Гурнэ в середине XVIII века. «Бюрократия» (фр. bureau – бюро, канцелярия; греч. kratos – власть) дословно означает «власть бюро» или «власть чиновников». Первоначально, новое слово использовалось применительно к правительственным учреждениям. Однако, спустя время расширилось и применялось ко всем крупным организациям.

В современном обществе, употребление данного термина характеризуется негативным и крайне отрицательным посылом, направленным на вышестоящую власть. «Маргинальным является марксистское определение, согласно которому, под бюрократией понимается обособленный от масс, стоящий над массами привилегированный социальный слой, желающий монополизировать функции хозяина общественного богатства» [6]. С.Н. Смирнов в своей научной работе характеризует бюрократию, как «систему управления, основанную на формализме, превалировании формального над сущностным, на административной волоките» [6]. Н.В. Рыбалко отме-

чает, что «бюрократия – это то направление, которое принимает государственное управление в странах, где все дела сосредоточены в руках органов центральной правительственной власти, действующих по предписанию (начальства) и через предписание (подчинённым)» [5]. Обобщая сказанное, следует определить бюрократию, как особую подсистему управления, выполняемую специальным руководящим аппаратом, который располагается над обществом в целом.

Рассматривая явление чиновничества в своих трудах, Карл Маркс подчеркнул следующие свойства, характерные бюрократии:

- корпорация;
- специфические, частные интересы;
- иерархия знаний;
- тайна;
- авторитет.

В своей научной работе «Управление и бюрократия» И.А. Гобозов предложил расширить данный список характеристик, дополнив его такими чертами, как боязнь ответственности и ухищрённая система приёмов уклонения от неё; карьеризм; волюнтаризм.

Следуя корпоративному свойству, бюрократия определяется, как специализированный пласт (объединение, общество) людей, объединённых совокупностью интересов и целей. Бюрократы организовано и упорядоченно группируются, для того чтобы совместно функционировать. «Как корпорация бюрократы работают сплочённо, не забывая в то же время, что каждый из них имеет эгоистические интересы, и, если представится возможность, он без особых угрызений совести выдаёт всех своих коллег-бюрократов. Поэтому корпоративный дух бюрократии чем-то напоминает сговор преступников, где единство всех участников очень относительно, внутренняя же борьба постоянна» [2].

Следующей стороной бюрократии Карл Маркс характеризует специфические и частные интересы. В данном понимании, бюрократия пользуется особым персональным пристрастием, которое может выражаться

временным или постоянным единством, материальным, духовным или политическим контекстом. При этом, личная заинтересованность не может выставляться на всеобщее обозрение. По этой причине, как пишет Маркс, проще выставить её за интересы всего государства. «Для этого она проводит огромную работу, стремится убедить всех в том, что предлагаемые ею меры по тем или иным экономическим и политическим вопросам чрезвычайно нужны обществу, что без их реализации нельзя гарантировать выполнение важных государственных задач» [2]. В действительности, такое отношение негативно отражается на жизни людей, но никак не сказывается на функционировании бюрократического аппарата.

Очередной свойственной бюрократии чертой, значит, иерархия знаний или «распределение знаний». Данная сторона квалифицируется тем, что каждый бюрократ осознаёт границы только своей области и стремится не выходить за них. По своему определению, государственные аппараты разделены на высшие и низшие круги чиновничества. «Низшие круги знают слабости высших, их невысокий уровень знаний и компетентности, но, тем не менее, всячески льстят им, угождают и лицемерят. Высшие круги тоже знают слабости низших кругов, но это их вполне устраивает, так как они понимают, что нужны как раз такие подчинённые, которые малокомпетентны, творчески бесплодны, но в любую минуту готовы к повиновению» [2].

Значение тайны также является отличительным свойством бюрократии. Данная система убеждена, что все значительные и даже незначительные аспекты управления необходимо держать в секрете. Результатом их разглашения является непоправимый вред, наносимый государственным интересам. Именно напущенная таинственность вытекает в безрассудство. «Так как бюрократия порой не знает, чем действительная государственная тайна отличается от псевдотайн, то предпочитает всё хранить в тайне, ничего не предавать

гласности, лишить людей доступа к информации, возможности открыто и свободно обсуждать общественные и государственные дела» [2]. Такая деятельность вредит окружению, так как без открытой информации и доступа к ней общественность перестаёт адекватно функционировать. Как результат использования данной практики, у социума отсутствует понимание и доверие к общественным и государственным учреждениям.

Значительную роль в бюрократии играет авторитет. Жизнедеятельность данной системы невозможна без влияния. При этом роль последнего играет не только руководящая личность, но и неодушевлённые предметы, которыми могут выступать различные указы, постановления, приказы, законы и инструкции. Авторитетом для низших кругов бюрократического аппарата выступают высшие круги власти, которым нужно беспрекословно подчиняться, пусть это и несёт противоположный эффект для государственных интересов. Для высшего круга авторитетом выступает низший круг. «Бюрократы этого круга снабжают вышестоящих необходимой информацией, дают советы и рекомендации. Высший круг им верит, на основе полученных сведений принимаются соответствующие решения, но никто не интересуется тем, насколько объективно информация, исходящая от низших кругов, отражает действительное положение дел» [2].

Бюрократ всегда всячески пытается снять с себя любую ответственность. Он постоянно делает всё по правилам, следуя многочисленным инструкциям. Позывом, скрытым за этой идеалистической работой, выступает страх лишения своего благосостояния. Лишённый ответственности, бюрократ имеет свойство перекладывать её на других, будь то высшие круги власти или соответствующие законы и регламенты. «Ему безразлично, что некоторые из этих актов и инструкций давным-давно устарели, что жизнь идёт вперёд и те или иные решения следует принимать в соответствии с изменившимися условиями» [2].

Карьера, как ещё один компонент чиновничества которую называет И.А. Гобозов, является неотъемлемым фактором бюрократии. Вся суть активности системы направлена на повышение своей должности и продвижении по карьерной лестнице. Для достижения этой цели зачастую используются все возможные и невозможные средства. Девизом, который руководит бюрократами, выступает убежденность в том, что «цель оправдывает средства». «Реальную жизнь бюрократ рассматривает, прежде всего, как материальную, и поэтому его действия направлены на то, чтобы все жизненные перипетии использовать с выгодой для себя» [2].

Власть бюрократии содержится в волюнтаризме и вседозволенности, которая зачастую пренебрегает общественным развитием. Следуя волюнтаризму, государственные чиновники совершенно забывают о юридических законах. Как отметил Карл Маркс: «вы не можете ни жить, ни умереть, ни вступить в брак, ни написать письмо, ни думать, ни печатать, ни открывать торговое дело, ни учить, ни учиться, ни созвать собрание, ни построить фабрику, ни эмигрировать, ни делать, что бы то ни было, без «*obrigkeitliche Erlaubnis*» - без разрешения властей» [2].

В разрез с мнением Карла Маркса и несмотря на столь негативное отношение, немецкий экономист и социолог М. Вебер предложил понятие идеальной модели рациональной бюрократии, которое не допускает к себе негативной оценки. Основными параметрами данной модели М. Вебер называет следующие признаки, которые [1]:

- 1) подчиняются только объективным служебным обязанностям;
- 2) определены на службу (а не выбраны) в неизменной чиновничьей иерархии;
- 3) имеют постоянные служебные компетенции;
- 4) работают по контракту, т.е. на основе свободного отбора по профессиональной квалификации, в наиболее рациональном случае – определённой с помощью экзамена, удо-

стоверенной дипломом;

5) оплачиваются постоянным денежным содержанием;

6) считают свою службу единственной или главной профессией;

7) усматривают для себя карьеру: «продвижение» по сроку службы или по успехам в работе;

8) работают в полном «отчуждении от средств управления» и без присвоения рабочего места;

9) подчиняются строгой единообразной служебной дисциплине и контролю.

Таким образом, понятие бюрократии в общенаучном контексте рассматривается с различных позиций восприятия данной системы управления. Бюрократия воспринимается как в положительном, так и в отрицательном ключе, который влияет на социальную общественность своими действиями и установками.

2. Бюрократическая система в управлении

Бюрократия неразрывно связана с системой управления в целом, поскольку именно бюрократический функционал выступает конечным результатом управленческой деятельности. Бюрократическая структура в качестве группы специального назначения в границах социального разделения труда по большей части пользуется своими личными интересами и осуществляет социально важные функции – в частности функции управления. Институт бюрократизма преследует идею популяризировать и установить свою власть над всеми иными институтами общества. Однако, государственное управление, как и управление в принципе не может существовать без общества. По мере формирования последнего, институт управления прогрессировал и со временем принял более чёткие очертания. Совместно с образованием политического строя, появляется и государственный аппарат управления, который заключает в себе признаки бюрократизма, где основными элементами выступают чиновники. Общественное управление приобретает сформиро-

ванный суверенитет, а затем начинает инициативно функционировать. Такие действия приводят к более прогрессивному развитию бюрократии, которой приоритетнее отстаивать личные интересы, а не интересы государства.

Под классовой группой бюрократов следует воспринимать лиц, которые по статистической отчётности, в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД), учитываются в разделе L «Государственное управление и обеспечение военной безопасности, обязательное социальное обеспечение». Под данную категорию также подходят служащие, предоставляющие «общегражданские» виды экономической деятельности, не относящиеся к обеспечению военной безопасности. Контингент вышеперечисленных лиц регулируется Федеральным законом от 27 июля 2004 года №79-ФЗ «О государственной гражданской службе в Российской Федерации» и Федеральным законом от 2 марта 2007 года №25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации».

Развитие и становление бюрократического управления в России, согласно большому количеству научных исследователей, приходится на эпоху Петра Первого, когда впервые в истории был учреждён Правительствующий Сенат. Так пишет И.А. Гобозов о том периоде времени: «Один из самых печальных результатов петровского переворота – это развитие чиновнического сословия. Класс искусственный, необразованный, голодный, не умеющий ничего делать, кроме «служения», ничего не знающий, кроме канцелярских форм, он составляет какое-то гражданское духовенство, священнодействующее в судах и полициях и сосущее кровь народа тысячами ртов, жадных и нечистых» [2]. По утверждению С.М. Троицкого, немногочисленная, но хорошо организованная бюрократия сложилась в России лишь в первой половине XVIII века, причём её формирование было длительным и сложным процессом. Обобщая,

следует выделить три ключевых этапа становления бюрократии. Учёные выделяют следующие временные рамки: XIV – начало XVIII века; начало XVIII по 60-е года XVIII века и 60-е годы XVIII века по наши дни.

Главной причиной появления бюрократического управления в России деятели науки называют активную централизацию управленческих аппаратов, которая изначально обгоняла экономическую централизацию. Следуя историческим фактам, именно данный период времени характеризуется зарождением приказной системы управления. Современная Россия выражает собой явный показательный пример общественного прогрессирования бюрократического типа управления. Характерным качеством выступает «наличие управленческого аппарата в лице централизованной власти, которая мобилизует значительную часть общественного богатства посредством налогов для удовлетворения прежде всего военных потребностей и поддержания на должном уровне других областей социального управления» [3]. Увеличение бюрократии соотносится с приростом социальных и политических государственных функций и количества тех социальных слоёв, которые зависят от него. На данный момент «свободная конкуренция заменяется бюрократическими методами управления, а в политике налицо типичное явление – усиление исполнительной власти за счёт законодательной» [4]. Как итог бюрократизированного экономического управления, чиновник выдвигается на роль главенствующей политической фигуры. Именно под его началом происходят все основные решения, связанные с определением политической стратегии прогрессирования страны. Наличие господствующей вертикали власти, жёстко определённая иерархия принятия каких-либо решений и чувство ответственности исполнения лишь перед вышестоящими руководящими должностями определённо характеризует установившуюся в России структуру управления. Следуя аналитическим выводам, сделанным на основании

индекса GRICS (Governance Research Indicator Country Snapshot), проводимым Всемирным банком один раз в два года, который исследует государственную эффективность управления более чем в 209 странах, Российская Федерация занимает одно из последних мест в рейтинге. Данный результат сформирован на основании таких признаков, как контроль за коррупцией, эффективность работы правительства и качество существующего в стране законодательства.

Сравнивая количество чиновников, находящихся у власти во времена советского союза и современной Российской Федерации стоит отметить непрерывный рост их численности. Опираясь на П.А. Зайончиковского, «за 50 лет – с 1796 по 1847 г. – численность чиновников возросла в 4 раза, а за 60 лет – с 1796 по 1857 г. – почти в 6 раз» [2]. На 143 млн. населения страны приходится 1,6 млн чиновников на федеральном уровне. Сравнивая количественные показатели в СССР, отметим 663 тыс. чиновников на 300 млн. граждан.

Среднегодовое количество служащих, трудящихся в государственном управлении и обеспечении военной безопасности, обязательным социальным снабжением увеличилось на 93 тысячи человек (с 3458 тысяч человек до 3551 тысячи человек), что составляет в процентном соотношении 10,2 % общего увеличения среднегодового количества трудящихся в экономике страны. В целом соотношении в Российской Федерации процент трудящихся в государственном аппарате управления и обеспечении военной безопасности, обязательным социальным снабжением составило 5,2 % в 2007 году.

3. Методы борьбы с бюрократией

Принципы и методы борьбы с бюрократией довольно часто мелькают на страницах публичных изданий и научных статьях. Однако современное правительство никак не реагирует на подобные высказывания и предлагаемые меры действий.

Вся бюрократическая структура сформирована, как особая система информирования

и оповещения граждан. И основные бюрократические процессы взаимосвязаны с производством, сбором, радированием, сбережением и распределением информации. Явление прогрессирования современного общества характеризовалось внедрением в систему государственного управления электронным обслуживанием. Данное действие трактовалось борьбой с уже существующими бюрократическими структурами, использованием более доступным и удобным сервисом, призванным оптимизировать кратковременные рамки исполнения государственных услуг. Однако со временем стало ясно, что данное решение ни в коей мере не способствует решению уже сложившихся проблем. Практический опыт показывает, что использование электронных услуг никак не влияет на проблему формирования очередей и не показывает высокую исполнительность и скорость оказания услуг. Это свидетельствует о иррациональном планировании трудового времени самих структурных органов государственного управления.

Рассматривая предлагаемые методы борьбы с бюрократизмом, стоит отметить, что процедура дебюрократизации рассматривается с нескольких сторон. Наиболее частым предположением для улучшения системы государственного управления и оказания услуг выступает сокращение числа чиновников, трудящихся на государственной службе, то есть сокращение числа персонала как метод борьбы. С другой стороны, выступает намерение об уменьшении административных преградах и сокращении регламентирующих норм, которые затрагивают экономическую сферу деятельности государства.

В любой организации решение проблем начинается с детального и подробного анализа, который тщательно рассматривает всю структуру. Государственное управление не является исключением. В данной ситуации стоит обратить особое внимание на проведение государственного аудита, который осуществляет независимый контроль за деятельностью органов государства по управлению социаль-

ными ресурсами. Использование государственного аудита с аналитической точки зрения одновременно позволяет разрешить единый комплекс проблем, как-то политические, экономические и социальные.

Для модернизации современной системы государственного управления можно выделить ряд нескольких методов, эксплуатируемых для достижения результата снижения бюрократизации аппаратов управления. Прежде всего, ключевым вектором направления является скорость модернизации. Историческая практика показывает, что все существенные реформы государственного управления осуществлялись в попытках решительного отречения от старых норм управления и кардинальной реорганизации новейшей системы управления. Такой подход является иррациональным. Постепенный переход на новую схему построения управления является лучшим вариантом модернизации.

Следующим этапом демократизации следует назвать пересмотр действующего законодательства. Как говорилось ранее, действующие законы в обособленности и формируют бюрократизм, которыми прикрываются руководящие чиновники. Помимо этого, всевозможные законы формируют многообразие задач, которые необходимо рассматривать с точки зрения их последующего решения. Пересмотр всего законодательства и его последующая модификация позволят составить четкие регламенты поведения для государственных властей. Помимо этого, четкое позиционирование сроков действия предписаний и законов позволят осуществлять административные решения гораздо быстрее. К данному решению также относится установление строгих и минимальных сроков исполнения и принятия решений.

Важным фактором выступает масштаб модернизации. Данный метод можно также отнести к пересмотру всей действующей системы управления. При реформации столь большого количества структур следует определить начальный курс действий. И лучше

всего начать с государственной службы, чем рассматривать всю целостную систему управления. Государственная служба является собой основное разветвление административных изменений. Начав действовать, госслужащие будут следовать дальнейшим преобразованиям, которые затронут экономику страны и социум в целом.

Надлежащим стоит назвать пересмотр системы политического управления самого политического режима, который стоит во главе всех структур. Создание руководящего аппарата управления, изначально, ставило перед собой конечной целью служение обществу, а не превосходство над ним. Реформирование векторных целей и задач, направленных на оказание помощи и развитие социума выступает одним из главных методов снижения бюрократизации. Для того, чтобы оптимально использовать данный метод, все изменения следует производить параллельно с гражданским обществом, внедряя традиции сотрудничества, демократии и развития в сознания всех граждан. Не лишним будет и концепция формирования электронного управления, которая позволит, как государственному управлению, так и социуму экономнее и быстрее осуществлять содействие. Положительный опыт изменений следует рассматривать в современных развитых странах, однако следует признать, что и в России начала активно проводиться общественная политика по формированию нравственных и этических традиций как у государственного аппарата, так и среди граждан.

Важным аспектом преобразований и модернизации является и законодательный характер осуществления реформ. Суть данного предложения заключается во внесении схем изменений в действующую законодательную базу. Немаловажным фактором будет являться и распространение информации о намечающихся реформах в обществе с целью ознакомления и контролирования последних. При этом, в законодательной форме в обязательном порядке должны быть указа-

ны сроки проведения преобразований в целях обеспечения их исполнения и не откладывая на долгий срок.

Выводы. Все данные концепции невозможны без упорядочивания и ориентированности на среднесрочную перспективу. Модернизация, осуществляемая с целью сокращения бюрократов должна устанавливаться не только на определённый срок, но и быть направлена на дальнейшие изменения системы управления в будущем.

Подводя итоги, следует обобщить следующие конкретизированные методы дебиюкратизации и модернизации современной системы государственного управления:

- применение государственного аудита, как обобщающий анализ сложившихся проблем;
- обозначение скорости модернизации реформирования для более качественного проведения реформации государственных структур;
- комплексный пересмотр действующего законодательства с целью составления чётких регламентов, сроков действий законов и исполнительных решений;

- определение масштаба модернизации для пертурбации всей действующей системы управления;

- пересмотр системы управления экономикой для переосмысления первоначальных установок и задач;

- формирование, создание и развитие электронного управления для комфортного оказания услуг;

- схематическое изменение действующей законодательной базы;

- упорядочивание и ориентированность на среднесрочную перспективу.

В заключение хотелось бы отметить, что бюрократия, следуя прогнозам, ещё долгое время будет циркулировать в системах государственного управления всех стран. Единственным вариантом противодействия данной системе выступает слажено разработанная программа действий, учитывающая характер предстоящей работы и выступающей в интересах гражданского общества. Ведь основной прерогативой функционирования государственных институтов управления является экономическое развитие, служение обществу, а не превосходство над ним.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Белова Т.А.** Изучение бюрократии зарубежными исследователями: к постановке проблемы // Омский научный вестник. 2014. № 4(131). С. 5-8.
2. **Гобозов И.А.** Управление и бюрократия // Философия и общество. 2009. №4. С. 5-21.
3. **Губбыева З.О.** Бюрократия в российской философии истории // Вестник Астраханского государственного технического университета. 2007. №5(40). С. 73-79.
4. **Кибардина Л.Н.** Эволюция представлений о социальной природе бюрократии // Омский научный вестник. 2008. №3(67). С. 55-59.
5. **Рыбалко Н.В.** Проблема зарождения бюрократии в России в отечественной и зарубежной историографии // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2003. №8. С. 107-111.
6. **Смирнов С.Н.** Российская бюрократия и её роль в процессах модернизации // Мир России. Социология. Этнология. 2009. №4. С. 115-139.

Igor N. DYSHLOVOI

V. I. Vernadsky Crimean Federal University

(Simferopol, Rep. of Crimea, Russia);

PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: dintur@mail.ru

BUREAUCRACY AND MANAGEMENT: ANALYSIS, METHODS OF FIGHTING

The work is aimed at showing the direct influence of the bureaucratic management system on the economic situation from the enterprise to entire economy of the country as a whole. The article reveals the modern interpretation of bureaucracy, describes the power of bureaucracy as a manifestation of voluntarism and permissiveness, which often neglects public opinion and society development. The author describes the bureaucratic management system in Russia and its impact on the economy and proves that the use of electronic services does not affect the problem of queuing and does not show high executive level and speed of service provision.

This indicates the irrational planning of labor time by the structural bodies of state administration. The article considers the methods of fight against bureaucracy, as well as methods of getting rid of bureaucracy and modernization of the modern government system. The author proposes to start with the public service, rather than consider the entire holistic management system. The civil service is a major ramification of administrative changes. Starting modernization, civil servants will follow further transformations that will affect the economy from the enterprise to the country's economy as a whole and the socio-economic relations in society. An important aspect of the concept of transformation and modernization is the legislative nature of the implementation of reforms. The essence of this proposal is to introduce schemes of changes to the current legislative framework. An important factor is the dissemination of information about the emerging reforms in society in order to familiarize and control the process of implementation and effectiveness. At the same time, in the legislative form it is obligatory to indicate the deadlines of transformations and specific responsible structures in order to ensure their implementation.

Keywords:

bureaucracy, power, public administration, modernization, democratization

References

1. **Belova, T. A.** (2014). Izuchenie byurokratii zarubezhnymi issledovatelyami: k postanovke problemy [The study of bureaucracy by foreign researchers: to the formulation of the problem]. *Omskij nauchnyj vestnik [Omsk Scientific Bulletin]*, 4(131), 5-8. (In Russ.).
2. **Gobozov, I. A.** (2009). Upravlenie i byurokратиya [Management and bureaucracy]. *Filosofiya i obshchestvo [Philosophy and Society]*, 4, 5-21. (In Russ.).
3. **Gubbyeva, Z. O.** (2007). Byurokратиya v rossijskoj filosofii istorii [Bureaucracy in the Russian philosophy of history]. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta [Bulletin of Astrakhan State Technical University]*, 5(40), 73-79. (In Russ.).
4. **Kibardina, L. N.** (2008). Evolyuciya predstavlenij o social'noj prirode byurokratii [The evolution of ideas about the social nature of bureaucrac]. *Omskij nauchnyj vestnik [Omsk Scientific Bulletin]*, 3(67), 55-59. (In Russ.).
5. **Rybalko, N. V.** (2003). Problema zarozhdeniya byurokratii v Rossii v otechestvennoj i zarubezhnoj istoriografii [The problem of the origin of bureaucracy in Russia in domestic and foreign historiography]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4: Istorija. Re-*

gionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya [Bulletin of Volgograd State University. Series 4: History. Regional Studies. International relationships], 8, 105-111. (In Russ.).

6. **Smirnov, S. N.** (2009). Rossijskaya byurokratiya i eyo rol' v processah modernizacii [Russian bureaucracy and its role in the processes of modernization]. *Mir Rossii. Sociologiya. Etnologiya [World of Russia. Sociology. Ethnology], 4, 115-139. (In Russ.).*

Дышловой И.Н. Бюрократия в управлении: анализ, методы борьбы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 74-83.

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10106.

Dyshlovoi, I. N. (2019). Bureaucracy and management: analysis, methods of fighting. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 13(1), 74-83.* doi: 10.24411/1995-042X-2019-10106. (In Russ).

УДК 640.41

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10107

СКАБЕЕВА Лариса Ивановна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
кандидат педагогических наук доцент; e-mail: skabeeva@mail.ru*

ДУХОВНАЯ Лилия Леонидовна

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: 6199900@mail.ru*

Современные аспекты и тренды подготовки кадров для гостиничной отрасли

Подготовка руководителя/управляющего гостиничным комплексом/сети гостиниц характеризуется активным использованием средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), поэтому при подготовке бакалавров и магистров по направлению «Гостиничное дело» особую значимость приобретает процесс информатизации образования. Также процесс подготовки руководителей гостиничного комплекса/гостиничной сети необходимо осуществлять, учитывая основные этапы гостиничного девелопмента, - деятельности по реализации любого гостиничного инвестиционного проекта, включающего этапы поиска земельного участка под строительство гостиничного комплекса и инвестиций, подготовки исходно-разрешительной документации, разработка бизнес-плана, и последующее управление и эксплуатация.

Формирование компетенций бакалавров по управлению текущей деятельностью сотрудников служб, отделов гостиничного комплекса, контроля и оценки эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса необходимо осуществлять с применением средств ИКТ. При подготовке магистров для осуществления трудовых функций руководителей гостиничного комплекса/гостиничной сети по анализу и оценке деятельности и управления проектами и изменениями; разработке концепции и стратегии развития сети гостиниц также необходимо использовать средства ИКТ.

Особое внимание обращено на возрастающую роль использования различных информационно-коммуникационных технологий в процессе взаимодействия с гостями отеля путем использования современных мобильных гостиничных приложений, способствующих успешному развитию гостиничного бизнеса сегодня и ориентированных на повышение эффективности функционирования гостиничного предприятия, укрепления его позиций на конкурентном рынке.

Авторы на основе анализа проведенных исследований приходят к выводу, что информационно-коммуникационные технологии для современного выпускника направления подготовки «Гостиничное дело» являются неотъемлемым фактором его конкурентоспособности на современном гостиничном рынке.

Ключевые слова:

руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц, подготовка кадров, информационные и коммуникационные технологии (ИКТ), гостиничный девелопмент, мобильные приложения, программное обеспечение

Тенденции современной жизни показали, что на фоне растущей международной напряженности и экономической блокады РФ необходимо развитие внутреннего и въездного туризма и отечественной гостиничной отрасли, развитие новых туристско-рекреационных зон. В связи с этим возникает потребность подготовки кадров – руководителей гостиниц и специалистов способных создавать инновационный гостиничный продукт, собственные гостиничные управляющие компании, сети, а также гостиничные комплексы и отели. Развитие гостиничной отрасли, управление любым отелем характеризуется активным использованием средств информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), поэтому особую значимость приобретает процесс информатизации образования при подготовке бакалавров и магистров по направлению «Гостиничное дело».

Данная проблема изучена и представлена в виде результатов научного исследования в трудах таких авторов, как Нестеренко Т.В., Булавиной С.М., Силаенкова А.Н. и др.

В исследовании Нестеренко Т.В. отмечается, что на сегодняшний день степень владения навыками современных информационных технологий у большинства обучающихся студентов по направлению подготовки «Туризм» и «Гостиничное дело» достаточно низкая и не соответствует требованиям туристского и гостиничного рынка. Данное исследование было проведено в нескольких вузах Российской Федерации. Базой для проведения научного исследования стали Адыгейский государственный университет, Кубанский государственный университета физической культуры, спорта и туризма, Южный институт менеджмента. В исследовании приняли участие студенты 1-4 курсов, было опрошено 800 человек. Данное исследование позволило получить следующие результаты. Почти 70% опрошенных студентов отмечали, что:

– обладают всего лишь базовыми знаниями по использованию программного обеспечения (Word, Excel) и работе с глобальной

компьютерной сетью Internet;

– испытывают значительные проблемы при обработке больших объемов информации;

– в учебном процессе ими достаточно редко используется специализированное программное обеспечение, что вызывает затруднения при поиске учебной и специализированной информации в Интернете [6].

В исследовании Силаенкова А.Н. отмечается, что в процессе подготовки бакалавров по направлению подготовки «Гостиничное дело» существует ряд системных проблем. Автор подчеркивает важность и значимость не только базовой подготовки будущих бакалавров, но и особое внимание уделяет грамотности и компетентности студентов в области информационно-коммуникационных технологий. Одной из ключевых проблем, по мнению Силаенкова А.Н., является отсутствие систематического взаимодействия между вузом и представителями гостиничного бизнеса в части формирования необходимых отраслевых навыков в области информационных технологий у будущих специалистов отрасли. В процессе отбора кадров работодатели отмечают, что у значительного количества соискателей на позиции менеджеров среднего и высшего звена отсутствуют такие качества, как ориентирование на результат, оперативность принятия решения и их исполнения, объективность в оценке собственных навыков и умений, коммуникативность, стрессоустойчивость, владение информационными технологиями [8].

При разработке основных профессиональных образовательных программ (ОПОП) подготовки бакалавров и магистров по направлению «Гостиничное дело» решающая роль должна отводиться практикоориентированным ОПОП, формирующим профессиональные компетенции учитывающих не только требования профессиональных стандартов¹, но и современные тенденции в проектировании и создании инновационного гос-

¹ Закон №273-ФЗ "Об образовании в РФ", гл. 12, ст. 96.

тиничного продукта и гостиничного предприятия (гостиничного комплекса).

В новых профессиональных стандартах, утвержденных Приказом Минтруда России от 07.05.2015 N 282н. «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» определено, что на должности руководителей департаментов и отделов гостиниц и иных средств размещения могут претендовать выпускники, получившие среднее специальное образование, на должность руководителя гостиницы – выпускники бакалавры, а для управления гостиничной сетью – магистры.

Исследовать процесс подготовки будущих руководителей гостиниц и руководителей гостиничных сетей необходимо с практической точки зрения, а именно учитывая все основные этапы деятельности гостиничного оператора (управляющей компании), независимого отельера по созданию гостиничного комплекса (гостиничной сети). Процесс создания и запуска гостиничного комплекса (ГК) включает: анализ целесообразности инвестиционного проекта: расчет сметных, оценочных и других показателей эффективности будущего ГК; разработку основных архитектурно-планировочных, технических и технологических решений; бизнес-план, объединяющий общие и специфические элементы функционирования гостиничного предприятия; выбор стратегии, тактики конкуренции; оценку финансовых, материальных и трудовых ресурсов; разработку технологических процессов (с технической и организационной документацией), а также управленческие решения и мероприятия по их выполнению.

Таким образом, процесс подготовки руководителей гостиничного комплекса/гостиничной сети необходимо осуществлять, учитывая основные этапы гостиничного девелопмента, под которым будем понимать деятельность по реализации любого гостиничного инвестиционного проекта, включаю-

щего этапы поиска земельного участка под строительство ГК и инвестиций, подготовки исходно-разрешительной документации, разработка бизнес-плана, и последующее управление и эксплуатация (рис. 1.).

Важно отметить, что будущие руководители гостиничных комплексов/гостиничных сетей должны иметь представление об основных принципах создания гостиничных концепций и современного архитектурного проектирования, строительства; уметь взаимодействовать с проектировщиками и строителями на разных уровнях жизненного цикла гостиниц.

Также после строительства и ввода в эксплуатацию необходимо подготовить «Start-up»(запуск) ГК. Процесс запуска гостиницы включает в себя разнообразные мероприятия, охватывающие все аспекты управления: экономический, финансовый, планирование мероприятий по управлению персоналом, разработка корпоративных норм и стандартов деятельности, разработка маркетинговой стратегии, выбор и установка автоматизированных систем управления всеми процессами гостиницы и пр. [10].

В нашем исследовании рассмотрена подготовка руководителей, топ-менеджеров проектов ГК (гостиничных сетей) и наиболее важные функции основных этапов гостиничного девелопмента, осуществляемые с использованием ИКТ.

Например, для эффективного взаимодействия с проектировщиками и строителями необходимы знания теоретических основ и практических навыков архитектурно-планировочных решений с использованием автоматизированной информационной системы (АИС) «ArchiCad» и предназначенной для архитектурного и ландшафтного проектирования. В основе АИС используется концепция виртуального здания, которая представляет собой выполненную в натуральную величину объёмную модель реального здания, существующую в памяти компьютера рис. 2.



Рис. 1 – Основные этапы гостиничного девелопмента

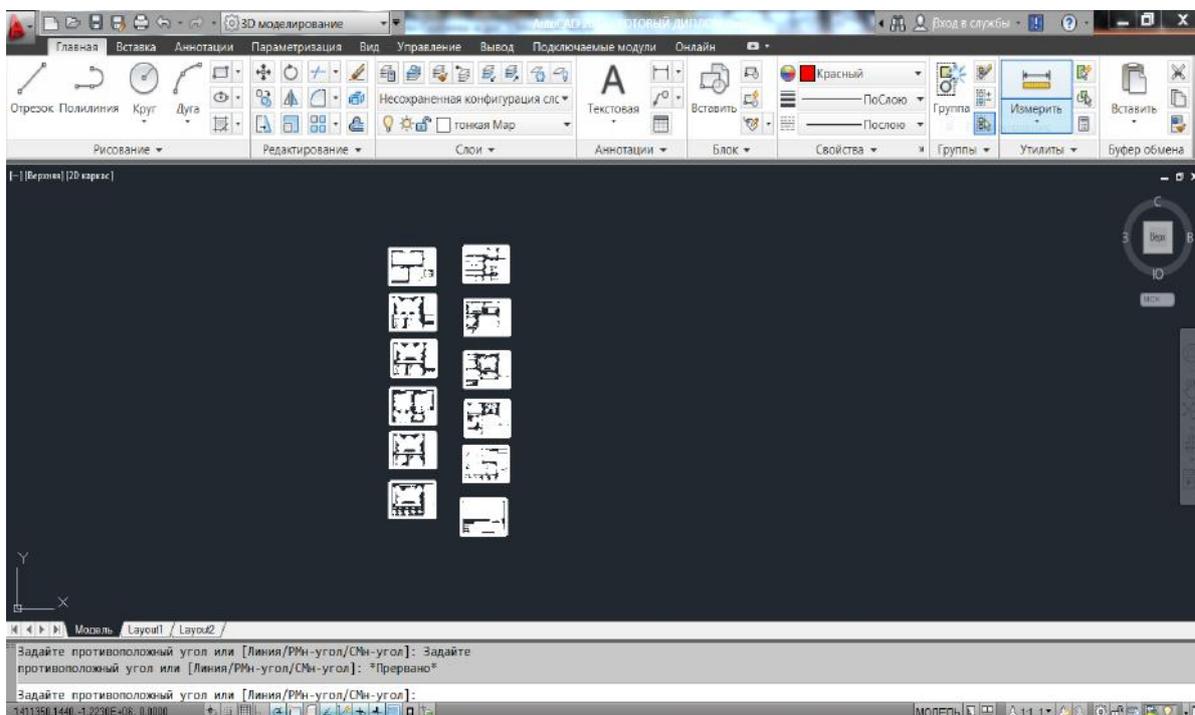


Рис. 2 – Главное окно «ArchiCad»

С целью ее выполнения пользователь на начальных этапах проекта практически «строит» здание гостиницы, используя при этом все необходимые реальные аналоги: перекрытия, окна, лестницы, стены здания и другие архи-

тектурные элементы. Параллельно данному процессу в системе автоматически заполняется вся необходимая строительно-техническая документация.

После завершения работ программа да-

ет возможность извлекать разнообразную информацию о спроектированном объекте: поэтажные планы, фасады, разрезы, экспликации, спецификации, презентационные материалы и пр., что важно при дальнейшей разработке ТЭО и бизнес-плана (рис. 3).

После завершения этапа архитектурного проектирования и разработки ИРД необходимо разработать ТЭО и/или бизнес-план, с ис-

пользованием Microsoft Excel. Электронные таблицы Microsoft Excel – это средство создания и обработки цифровой информации и финансовых документов, которое позволяет не только автоматизировать расчеты, но также на их основе получить графическую интерпретацию. Например, для расчета экономических показателей также используется таблица Excel (рис.4).



Рис. 3 – Разработанный генплан гостиницы на 21 номер с использованием «ArchiCad»

гостиница 1											
Прогноз прибыли											
в USD	Год 1	Год 2	Год 3	Год 4	Год 5	Год 6	Год 7	Год 8	Год 9	Год 10	in %%
Доход	762 210	777 835	793 781	810 053	826 660	843 606	860 900	878 548	896 559	914 938	100%
размещение в номерах	500 025	510 276	520 736	531 411	542 305	553 422	564 768	576 345	588 160	600 218	66%
еда и напитки	209 748	214 048	218 436	222 914	227 483	232 147	236 906	241 762	246 719	251 776	28%
услуги	52 437	53 512	54 609	55 728	56 871	58 037	59 226	60 441	61 680	62 944	7%
Прямые затраты	(131 900)	(134 604)	(135 064)	(137 828)	(140 650)	(143 529)	(146 467)	(149 466)	(152 530)	(155 648)	17%
Валовой операционный доход	630 310	643 232	658 717	672 225	686 010	700 077	714 433	729 083	744 029	759 290	83%
валовая прибыль	83%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	
Трудовые затраты	(82 800)	(84 497)	(86 230)	(87 997)	(89 801)	(91 642)	(93 521)	(95 438)	(97 394)	(99 391)	11%
Административно-управленческие расходы	(17 000)	(17 349)	(17 704)	(18 067)	(18 437)	(18 815)	(19 201)	(19 595)	(19 996)	(20 406)	2%
Затраты на маркетинг и организацию деятельности	(40 601)	(41 434)	(42 283)	(43 150)	(44 034)	(44 937)	(45 858)	(46 798)	(47 758)	(48 737)	5%
Налоги на прибыль	(16 293)	(16 627)	(16 968)	(17 316)	(17 671)	(18 033)	(18 403)	(18 780)	(19 165)	(19 558)	2%
Прибыль до уплаты налогов	473 616	483 325	495 533	505 695	516 066	526 650	537 450	548 472	559 715	571 198	62%
рентабельность до уплаты налогов	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	
Снижение стоимости и амортизация	(23 625)	(23 624)	(23 623)	(23 622)	(23 621)	(23 620)	(23 619)	(23 618)	(23 617)	(23 616)	3%
Чистый доход от основной деятельности	449 991	459 701	471 910	482 073	492 445	503 030	513 831	524 854	536 098	547 582	60%
Прибыль от дохода от основной деятельности	59%	59%	59%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	
Налог на прибыль	(53 999)	(55 164)	(56 629)	(57 849)	(59 093)	(60 364)	(61 660)	(62 982)	(64 332)	(65 710)	7%
Прибыль после уплаты налогов	395 992	404 537	415 281	424 224	433 352	442 666	452 171	461 871	471 767	481 872	53%

Рис. 4 – Пример расчета планируемой прибыли

В гостиничной сети важно управлять не только действующими гостиничными комплексами, но и строящимися объектами. Процесс управления проектом гостиницы осуществляется с помощью АСУ «MS Project». Данная система используется, когда строящаяся гостиница находится на инвестиционной стадии. При этом важно решение следующих задач: календарное планирование; бюджетни-

рование; бюджетный контроль (по доходам и расходам (БДР) и по движению денежных средств (БДДС); хранение, согласование и быстрый поиск проектной документации; ведение делопроизводства; анализ ключевых показателей (KPI); и др. Наиболее простым вариантом является планирование и составление различных отчетов в табличной форме в Microsoft Excel (рис. 5).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Календарное планирование									
2										
3										
4	Проектирование ГК									
5	Разработка концепции гостиничного комплекса									
6	Подготовка исходно-разрешительной документации ИРД									
7	Разработка архитектурно-планировочного решения и технического задания на проектирование									
8	Разработка ТЭО проекта ГК и бизнес-планирование									
9	Архитектурное и инженерное проектирование ГК									
10	Согласование проектной-сметной документации									
11	Проектирование технических стандартов экстерьера, интерьера, оснащения									
12	Подготовка запуска «Start-up» и разработка концепции управления и стратегии развития ГК									
13	Положения о работе персонала									
14	Штатное расписание									
15	Разработка стандартов обслуживания									
16	Проектирование АСУ ГК									

Рис. 5 – Календарное планирование проектирования ГК

Для решения задач бюджетного управления существует множество специализированных программных продуктов, представленных, в том числе, и на российском рынке, таких как: «Oracle Financial Analyzer (OFA)», «Hyperion Pillar», «EPSProphix Budgets» и «EPS Prophix Enterprise», «Инталев: Бюджетное управление», «Vplan» и другие. Другим решением являются модули бюджетирования, встроенные в системы управления предприятием – такие системы как: Парус, Галактика, SAP – R 3, Scala, Platinum и некоторые другие. Наиболее простым вариантом является составление различных отчетов в табличной форме в Microsoft Excel и используется небольшими гостиничными предприятиями [6].

Важно отметить, что в международной практике сетевых гостиничных комплексов

используется программа отчетности «USALI» (Uniform System of Accounting in Lodging Industry). Информационная система представляет собой комплекс программных средств, объединенных в единую систему. Система предназначена для своевременного получения бухгалтерской, налоговой, оперативной отчетности, а также управленческой отчетности USALI. Центральным модулем данной системы является современная бухгалтерская система, отвечающая всем требованиям ПБУ РФ.

Далее осуществления организационного проектирования и разработке мероприятий по управлению персоналом используются средства ИКТ. Например, формирование штатного расписания может осуществляться с помощью программы 1С (рис. 7).

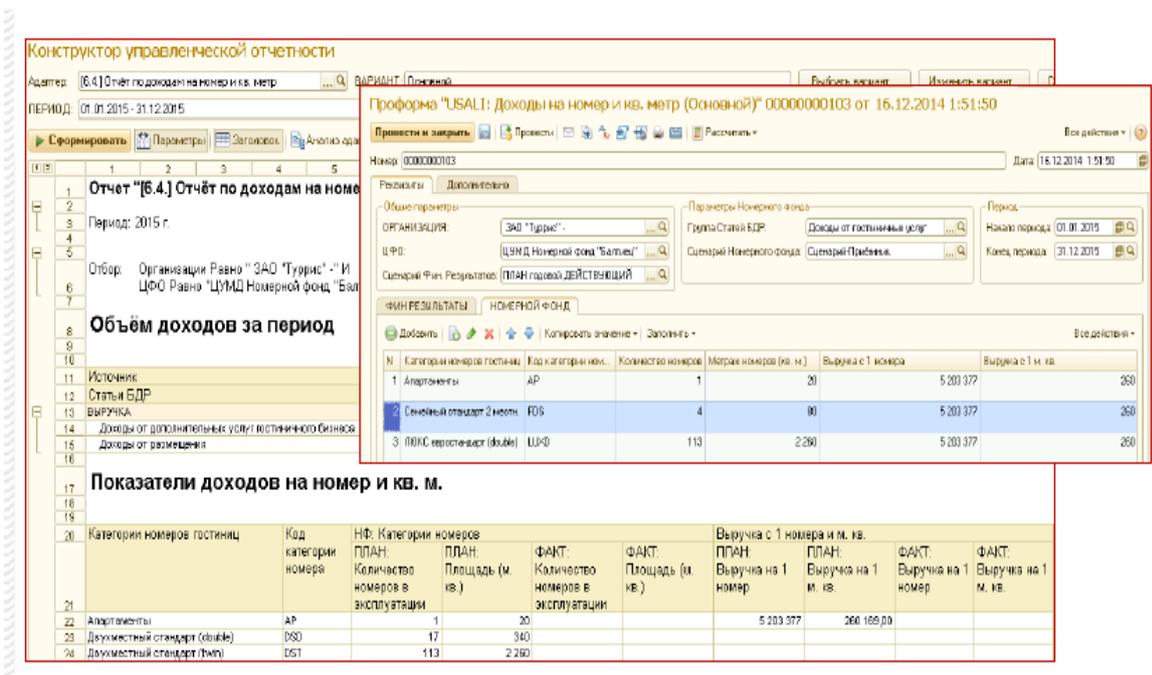


Рис. 6 – Пример отчета по доходам на номер и м² в проформе «USALI»

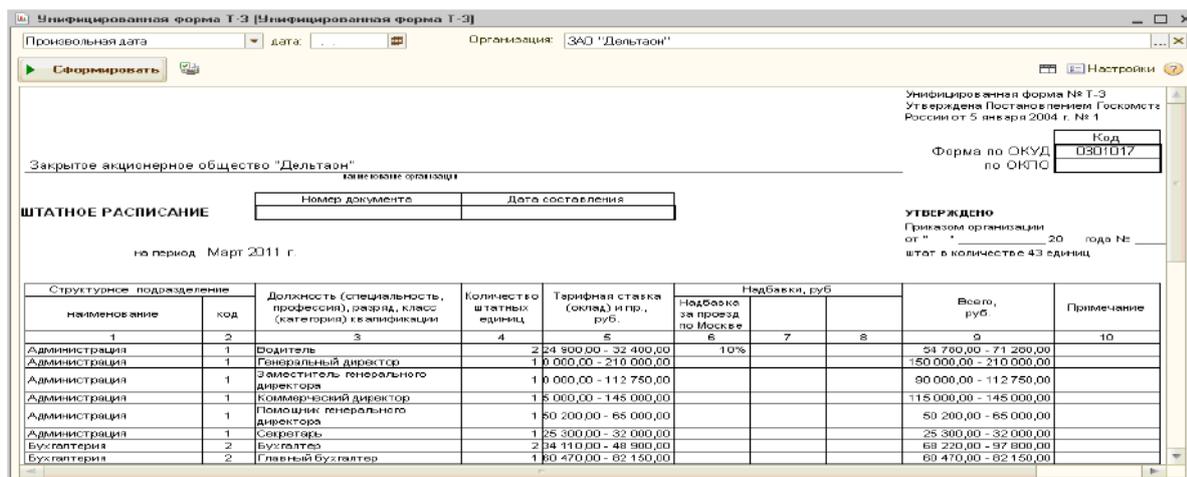


Рис. 7 – Пример штатного расписания по форме Т-3

Программа 1С помогает формировать необходимую штатную структуру предприятия, как в разрезе юридических лиц, так и в разрезе центров финансовой ответственности. При этом важными функциями подобных программ является возможность просмотра сведений о занятости сотрудников на различных мероприятиях и их отсутствии на рабочем месте, просмотр отчетов по использованию рабочего времени и др. [8]. Для этого используются программы контроля за компьютером и персоналом, например с помощью «Mirko

Employee Monitor». Данные программы позволяют контролировать производительность труда сотрудников по следующим действиям: фиксируется каждое действие, произведенное на компьютере, каждое нажатие клавиши; осуществляется невидимый режим работы; регулярное создание снимков экрана в которых производится запись общения сотрудников в социальных сетях и в чатах, снимки с вебкамеры, запись звонков и разговоров в Skype, отслеживание всех посещенных сайтов (рис. 8) [9].

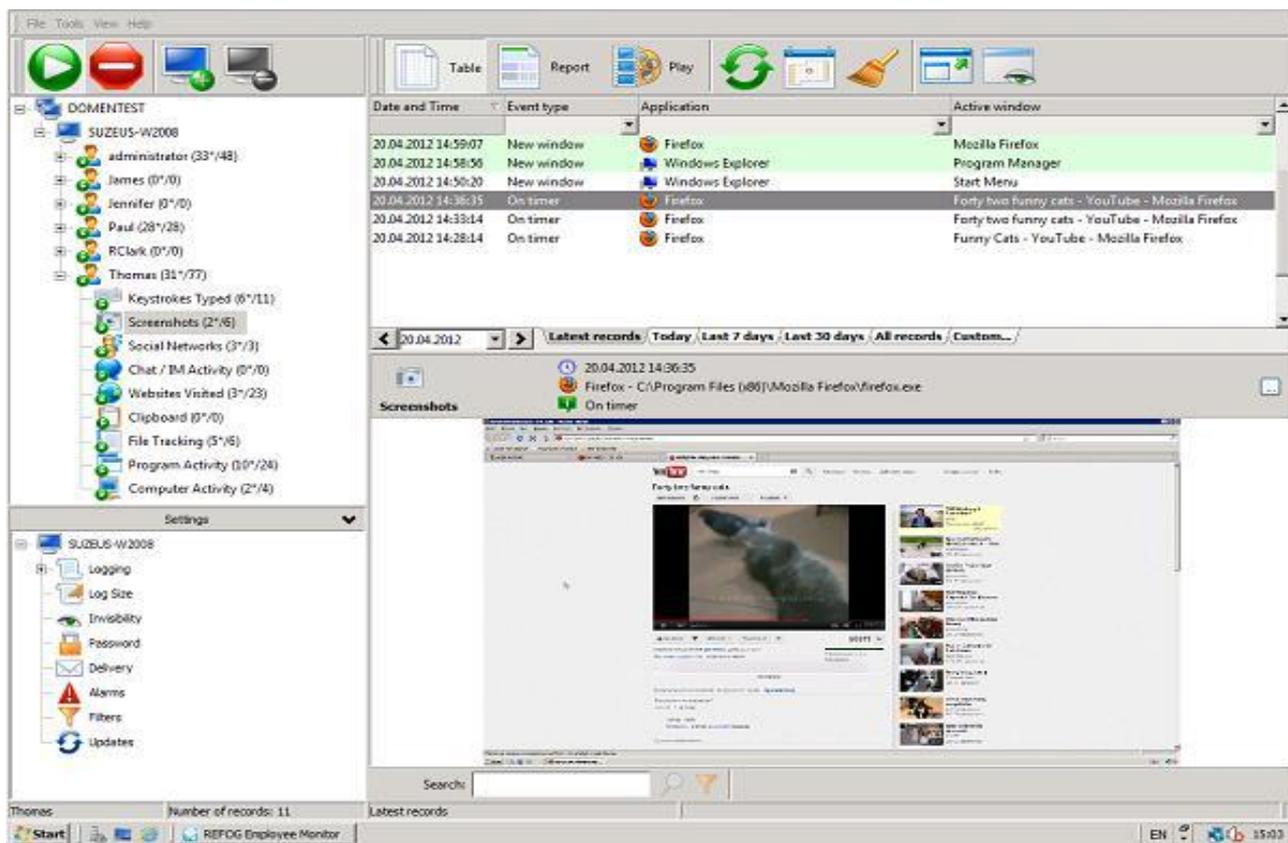


Рис. 8 – Контроль общения сотрудников в соцсетях и в чатах, снимки с вебкамеры

Следует отметить, что при планировании мероприятий по управлению персоналом разрабатываются мероприятия по мотивации персонала с расчетом KPI – «ключевых показателей эффективности» (сокращенно – KPI), которые являются частью системы сбалансированных показателей, и в которой устанавливаются причинно-следственные связи между целями и показателями деятельности для того, чтобы видеть закономерности и взаимные факторы влияния. Например, система KPI является инструментом контроля и оценки результатов труда, которая предполагает четкую постановку задач при планировании с измеримыми критериями ее выполнения. Для этого в таблице Excel результат выполнения каждого показателя (балл, определяемый по 10-ти балльной шкале оценки) умножается на вес данного KPI. Итоговый балл определяется простым суммированием (рис. 9) [3].

Следует отметить, что важным аспектом подготовки магистров, которая предполагает

Индивидуальный номер показателя	Показатель (возможно написание с целью и подцелью)	Вес		Итоговый вес	Планируемое значение	Фактическое значение	Балл выполнения	Взвешенная оценка
		групповой	индивидуальный					
1	СПР 1.22 Среднее время поселения / выписки клиента	40%	40%	16%	12 мин.	14	8,57	1,37
2	СПР 1.24 Удельный вес удовлетворенных заявок по службе консьержей	40%	60%	24%	98%	94%	9,59	2,30
3	СПР 2.76 План / факт по времени обслуживания в ресторане	40%	70%	28%	0,95	1,20	7,92	2,22
4	СПР 2.81 План / факт по времени выполнения заказа по обслуживанию в номерах	40%	30%	12%	0,90	1,10	8,18	0,98
5	СПР 3.186 Эффективность использования горничных	20%	100%	20%	85%	75%	8,82	1,76
		Σ = 100%			Общ.оценка		8,6	

Рис. 9 – Пример заполнения оценочного листа руководителя службы приема и размещения за 1 квартал в таблице Excel

там), что в трудовые функции будущего выпускника должны входить управленческий контроль не только гостиничного комплекса, но и гостиничной сети. В связи с этим в ОПОП «Гостиничное дело» необходимо включить курс управления гостиничной сетью с помощью информационной системы управления сетью гостиниц. Например, компания «Вест Концепт» разработала информационную си-

стему управления сетью гостиниц на базе Microsoft Share Point Server—«Управление Сетью Гостиниц», с помощью которой строятся отчеты, разработанные для эффективного управления, на основании международных стандартов финансовой отчетности USAL. По средствам интеграции с системами «фронт- и бэк- офиса» в системе «Вест Концепт - Управление Сетью Гостиниц» осуществляется управление гостиничной сетью (см. рис.10): расчет средней выручки за номер (AverageRate); расчет загрузки гостиницы (Occupancy); определение эффективности деятельности гостиничного комплекса, а так же

каждого из его подразделений; формирование затрат гостиничного комплекса, а так же каждого из его подразделений; получение информации по движению денежных средств в гостиничном комплексе, а так же каждого из его подразделений; сравнение фактических и плановых показателей по всем вышеописанным пунктам на основании бюджетов; ценообразование на основе анализа безубыточности и удельных затрат, корректное сравнение с результатами деятельности других гостиничных комплексов сети; возможность отслеживать работу гостиниц и подразделений в режиме он-лайн из любой точки мира [7].

Сценарий	Гостиница 1			Гостиница 2			Гостиница 3			Управляющая компания		
	Процент загрузки	ЕВТ	Налог на прибыль	Процент загрузки	ЕВТ	Налог на прибыль	Процент загрузки	ЕВТ	Налог на прибыль	Процент загрузки	ЕВТ	Налог на прибыль
январь 2010 г.	73,6%	360 093	176 019	82,5%	1 435 231	100,0%	17 402 301	3 430 450	84,3%	16 047 161	3 056 470	
февраль 2010 г.	71,4%	1 267 400		82,5%	2 676 120	100,0%	10 112 097	2 022 419	76,9%	6 198 567	2 022 419	
март 2010 г.	71,4%	3 845 980	729 192	87,5%	1 434 205	100,0%	10 456 825	2 091 365	79,9%	12 686 580	2 820 357	
апрель 2010 г.	71,4%	4 462 500	980 500	95,0%	1 312 025	267 405	17 005 070	2 401 014	80,3%	18 219 595	3 643 919	
май 2010 г.	75,0%	13 389 660	3 077 932	100,0%	1 343 600	268 720	1 682 446	336 489	82,3%	18 415 705	3 083 142	
июнь 2010 г.	85,7%	27 681 500	5 938 306	100,0%	1 130 650	626 130	1 791 161		88,1%	20 030 985	6 164 430	
июль 2010 г.	96,4%	36 330 200	7 297 240	100,0%	3 942 030	728 405	2 770 943	555 389	91,9%	42 793 173	8 301 035	
август 2010 г.	89,3%	38 928 905	7 785 781	100,0%	2 481 280	1 086 310	1 220 118		89,3%	43 110 307	8 872 497	
сентябрь 2010 г.	89,3%	40 933 810	8 186 302	100,0%	2 403 240	480 708	1 828 025		88,3%	41 481 721	8 007 070	
октябрь 2010 г.	78,6%	28 702 800	5 740 560	100,0%	1 226 160	815 232	6 587 637	1 317 527	82,3%	39 516 597	7 903 319	
ноябрь 2010 г.	71,4%	20 865 750	4 173 150	100,0%	3 150 800	630 160	7 432 602	1 486 520	76,6%	31 449 152	6 289 830	
декабрь 2010 г.	60,7%	15 475 258	3 095 060	100,0%	1 457 980	699 396	19 722 087	2 144 417	71,7%	29 695 365	5 939 673	
2010 г.	78,3%	282 483 070	40 750 095	95,7%	22 592 800	5 027 673	74 283 100	15 835 602	83,0%	329 358 975	68 213 170	

Рис. 10 – Отчет для управляющей компании

Сегодня информационно-коммуникационные технологии между отелем и гостем осуществляются при помощи использования мобильных информационных технологий.

Мобильные информационные технологии сегодня представляют собой определенную систему, включающую в себя технические средства, организационно-распорядительные мероприятия и документы, персонал, обеспечивающий функционирование данной системы, а также комплекс стандартов, методы и способы, обеспечивающие возможности передачи беспроводной информации, текста, голосовых сообщений, графических элементов, мультимедийной информации от одного

пользователя к другому пользователю информационной системы.

Стоит отметить, что мобильные приложения давно уже перестали быть дополнением к основным функциям мобильного устройства, превратившись в незаменимый инструмент управления повседневной жизнью и бизнес-процессами.

Типы мобильных приложений:

1. *Нативные приложения.* Нативные приложения загружаются через магазины приложений (AppStore, GooglePlay, Windows и т.д.) и устанавливаются в программное обеспечение смартфона. Важное отличие – нативные приложения разрабатываются специаль-

но под конкретную платформу (под iOS для iPhone, под Android, Windows для WindowsPhone и т.д.) и требуют от разработчика специальных знаний и умений для работы в конкретной среде разработки (xCode для iPhone, eclipse для устройств на Android). Приложения могут использовать все функции ПО смартфона (камера, микрофон, акселерометр, геолокация, адресная книга, плеер и т.д.). В зависимости от назначения приложения предполагают или не предполагают наличие интернет-соединения (приложение Shazam, Instagram и др.).

2. *Веб-приложения.* Пользовательский интерфейс создается при помощи стандартных веб-технологий. Их не нужно загружать из магазина приложений, но они могут находиться в специальных магазинах веб-приложений, которые есть в некоторых современных браузерах, например у Chrome. Веб-приложения используют для работы браузер телефона. Главной особенностью таких приложений является их кроссплатформенность – возможность работать на всех устройствах, без дополнительной адаптации. Такие приложения не могут использовать ПО смартфона. Для обновления информации в приложении необходимо подключение к интернету. Например, maps.google.com – веб-сайт, но в тоже время это и веб-приложение.

3. *Гибридные приложения.* Данный вид приложений содержат функции нативных и веб-приложений. Удобство данного типа приложений заключается в возможности доступности, так как могут быть загружены через магазины приложений с возможностью независимого обновления информации. Гибридные приложения требуют подключение к интернету, представляют собой самые популярные и широко используемые способы построения мобильных приложений, так как разработка гибридного приложения быстра и доступна по цене, при его разработке используется «родной язык» программирования.

Исходя из разделения приложений по технологии создания и функционирования,

можно провести сравнительный анализ преимуществ и недостатков трех типов, и выявить подходящий тип мобильного приложения для использования на гостиничных предприятиях. Результаты сравнительного анализа представлены в табл. 1.

На основе сравнительного анализа можно сделать вывод, что для гостиничных комплексов наиболее эффективен и продуктивен в использовании будет гибридный тип приложения, так как его возможности позволят клиентам гостиницы без труда загружать и пользоваться услугами приложения. В свою очередь, руководству отеля потребуется затратить меньше времени и денег на внедрение такого приложения, чем потребовалась бы на установку нативного. Еще одно преимущество в том, что приложение действует на независимой платформе и это позволит отелю создавать и распространять собственные программы лояльности.

Современные мобильные информационные технологии сегодня – это не только глобальная система мобильных коммуникаций и интернет, а обширный сегмент технологий, такие как мобильные терминалы сбора данных, различные мобильные устройства (планшеты, смартфоны) и программы для организации досуга, работы и отдыха. Они все чаще применяются в самых различных отраслях – управление транспортом, мобильные платежи, туризм, финансы, бизнес, производство, культура и досуг и другие.

По прогнозу ведущих экспертов IT-индустрии, у отельеров сегодня существует множество возможностей осуществлять эффективные взаимодействия с посетителями отеля путем использования мобильных приложений. Это технологии быстрого check-in и check-out, мобильный консьерж, мобильное меню ресторана или бара, мобильный перечень услуг отеля. Главной целью данных технологий является интуитивное распознавание и предоставление информации из огромного массива источников, направленное на удовлетворение потребностей гостя и повышение

эффективности деятельности гостиничного предприятия. Для того, чтобы мобильное приложение было максимально эффективно и

приносило реальную пользу для отеля, оно должно содержать необходимые базовые и опционные модули.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки типов приложения для внедрения на гостиничном предприятии

Типы	Преимущества	Недостатки
Нативное	Максимальная функциональность и скорость работы. Не всегда требуется интернет для использования. Имеет доступ к ПО смартфона. Распространение через магазины приложений.	Дорогая стоимость и долгие сроки разработки. Требует от разработчика знаний определенной среды программирования. Работает только с одной платформой. При косметических изменениях необходимо выпускать обновление.
Веб	Кроссплатформенность. Не требует загрузки из магазина мобильных приложений. Можно легко адаптировать обычный сайт. Простота создания и поддержки.	Требует подключения к интернету. Не имеет доступа к ПО смартфона. Не может отправлять push-уведомления. Всегда требует доступ к интернету. При продаже требуется использование своей платежной системы.
Гибридное	Вся функциональность нативного приложения на независимой платформе. Распространяется через магазины приложений. Запускается не из браузера. Возможность независимого обновления.	Разработчик должен быть знаком с разными API

В базовый набор обычно входят следующие модули мобильного приложения: общая информация; описание номерного фонда; план этажей, внешний вид или галерея с фото и видео; специальные предложения, новости; полезные номера телефонов и форма обратной связи; чат (связь) с персоналом отеля; карта, мероприятия, погода; плагины страниц соцсетей; перечень дополнительных услуг и меню ресторана.

В зависимости от ориентации и типа отеля можно добавлять модули. Мобильное приложение можно создавать с минимальным набором модулей и опций и развивать виртуальную платформу коммуникации и возможностей.

В современном мире рынок мобильных приложений прочно вошел в стадию динамичного и прогрессивного развития, демонстрируя активный рост в течение последних нескольких лет. Безусловно, данному процес-

су способствует расширение рынка мобильных устройств и рост потребительского спроса на данный тип устройств.

Гостиничная индустрия активно осваивает мобильные технологии, применяя их в управлении и автоматизации процессов на предприятии, привлекая гостей и улучшая качество предоставляемых услуг.

Рост мобильного рынка сегодня составляет 375% в год и с каждым годом он непрерывно растет. Сегодня практически у каждого человека есть мобильный телефон, и по статистике, для 95% гостей отеля это – неотъемлемая вещь, своего рода коммуникативный интерфейс с окружающим его миром, а так же 80% подключений к гостевому Wi-Fi происходят посредством мобильных устройств [10].

Самые активные гости, пользующиеся мобильными устройствами для бронирования номеров в отелях, получения услуг гостиницы во время проживания и обратной связи, пред-

ставляют такие страны как: США, Япония и Швеция (30 %) – на первом месте. Вторую позицию занимает группа стран – Великобритания, Испания и Франция (не более 22 %). На третьем месте туристы из Дании и России (10 %). Данные представлены на рис. 11.



Рис. 11 – Использование мобильных технологий гостями отелей в отдельных странах²

На сегодняшний день нет сомнения в высокой степени востребованности мобильных приложений как среди международных, так и среди российских гостиничных цепей. Возможности мобильного приложения достаточно широки: это получение информации о наличии свободных номеров в отеле в разных городах, доступ к раннему бронированию и коммуникации с персоналом отеля.

В крупных международных гостиничных цепях мобильные приложения уже давно стали необходимым условием и символом комфорта гостя. Примером может служить опыт международной гостиничной цепи Marriott, внедрившей практику использования мобильных приложений уже более чем в 300 гостиницах в разных странах мира.

Стоит отметить, что сегодня специализированные мобильные приложения присутствуют не только в практике крупных международных гостиничных цепей, но и могут использоваться небольшими бизнес-отелями в Российской Федерации и за рубежом. Мобильное приложение, созданной специально

для конкретного гостиничного предприятия в большей степени обладает возможностью учесть особенности данной гостиницы, а значит может в значительной степени повысить конкурентоспособность гостиничного предприятия.

Определяя основные функции работы, можно провести сравнительный анализ применения мобильных приложений отечественными и зарубежными гостиницами и сетями, на основе данных магазина приложений AppStore от разработчиков IOS.

Необходимо выделить 6 основных возможностей и направлений эффективного использования гостиничного мобильного приложения:

- бронирование;
- процесс регистрации и выписки гостя;
- виртуальный ключ;
- возможности управления личным профилем в программе лояльности гостиницы;
- возможность ассоциации с брендом;
- консьерж сервис отеля;
- мобильные карты и путеводители.

Приведем сравнительную характеристику применения данных функций в приложениях в российских и международных гостиничных цепях. Данные сравнительного анализа представлены в табл. 2.

Собственные приложения гостиниц с функцией бронирования не многочисленны и в основном принадлежат сетевым отелям. В отличие от Европы и США, в России есть много независимых отелей, для которых процесс разработки и внедрения приложения займет больше усилий и затрат, этим объясняется нехватка мобильных приложений с функцией бронирования на отечественном гостиничном рынке.

Подобную технологию преимущественно используют в статусных отелях, принадлежащих крупным гостиничным сетям, из-за безопасности и дорогостоящего внедрения такая программа только тестируется на зарубежном гостиничном рынке.

² <http://www.westconcept.ru/pdf/setotelei.pdf> (Дата обращения: 12.02.2019).

Таблица 2 – Характеристика функций и особенностей применения гостиничных мобильных приложений³

Функции	Гостиницы и сети отелей	
	Отечественные или представители зарубежных сетей в России	Международные
Бронирование	Бронирование номеров и пакетных предложений в LOTTE Отель Москва. Сеть отелей по МО «Бонжур» предлагает бронирование номеров за несколько часов до заезда. В приложении Cosmos Hotel-Moscow бронь отменяется нажатием значка отказа в приложении без телефонного разговора с персоналом	В приложении сети «Ассог» предусмотрены фильтры поиска по цене, бренду, расстоянию от настоящего местоположения и демонстрация выбранных объектов на карте. Предоставляется подробная информация о каждой гостинице и право самостоятельного выбора расположения номера внутри неё по схеме этажа и номеров
Регистрация или выезд из номера и виртуальный ключ	Возможности процедуры заселения и выписки гостя – гостиница «Ararat Park Hayat», «Ritz - Carlton»	Возможности предоставления услуги «виртуальный ключ» - гостиницы сети «Marriott International»
Управление профилем в программах лояльности	Гостиница «Салют» Москва размещает в своем приложении персональную бонусную карту, которой гость может расплачиваться за услуги и накапливать баллы, при следующем посещении получать подарки от отеля	У сетей «Hilton» и «Marriott International» есть такие приложения, в которых удобно смотреть накопленные бонусные баллы, понятен механизм их получения и легко высчитывается итоговая стоимость проживания после списания баллов. А также, гостиничный оператор Hilton представил программу FunFinder, которая будет ориентироваться на профили гостей, и определять самые актуальные предложения и сообщения для отправки путешественникам в приложении
Ассоциация с брендом	Возможность встроить в приложение систему опроса гостя позволяющую руководству проанализировать степень удовлетворенности гостя качеством предоставления гостиничных услуг - гостиница «Максима Ирбис»	Мобильное приложение с музыкальными каналами, позволяющее использовать различные пространственные концепции - W Hotels. Широкое использование системы QR- кодов в информировании гостей в отелях «Ritz-Carlton»
Консьерж сервис	Комплекс «Барвиха» Москва предлагает в приложении не только заказывать дополнительные услуги, но и посмотреть удобное время, сделать бронь, получить расчет по времени, предпочтениям и сложности оказания услуг, получить оповещение	Использование мобильных консьержей для оказания услуг по заказу еды и напитков, бронирования дополнительных услуг и т.д. Активно используется в сетях «Mandarin Oriental» и «Four Seasons»
Путеводитель по городу	Гостиница «Валс» предлагает гостям путеводитель, который познакомит пользователей с историей и особенностями культуры московского района «Замоскворечье». Отель Азимут Сочи в приложении разработал сервис построения маршрута достопримечательностей в соответствии с предпочтениями гостя, подборка ресторанов и баров, магазинов на карте города	Гостиничный оператор AccorHotels совместно с профессиональной сетью LinkedIn разработали новый мобильный сервис BusinessCheck, у гостя отеля будет возможность узнать, кто из его рабочих «контактов» находится в данный момент в одном городе и контактировать с ним

³ <https://www.mipko.ru/employee-monitor/> (Дата обращения: 5.03.2019).

В настоящее время почти каждая гостиница имеет свою программу лояльности и накопления бонусов, однако разница между такими программами в гостиничных международных брендах и самостоятельных отелей есть существенная. Она заключается в больших возможностях держать связь с клиентом по всему миру, предоставляя скидки, подарки, предложения по всем отелям сети.

Ассоциируя оригинальность бренда или особенности отеля в визуальном и чувственном восприятии, сохраняется связь клиента с гостиницей.

Мобильный консьерж сейчас разрабатывается на многих самостоятельных платформах и каждый отель может приобрести этот сервис для своих гостей, однако, услуги собственного мобильного консьержа будут эффективным дополнением к сервисам мобильного приложения отеля, что позволит выделить его от конкурентов.

Таким образом, мобильные приложения стали неотъемлемой и эффективной состав-

ляющей гостиничной индустрии для России и большинства других стран мира, как технологичный и инновационный инструмент коммуникации с гостями, автоматизации предоставления и получения услуг. А также, простые и стандартизированные интерфейсы делают их доступными и привычными в использовании.

Подводя итог данного исследования, стоит отметить, что используемые информационные и коммуникационные системы позволяют осуществить подготовку бакалавров для выполнения трудовых функций по управлению текущей деятельностью сотрудников служб, отделов ГК в должности руководителей служб гостиничных комплексов и управляющих ГК, а также осуществлению контроля и оценки эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса. При подготовке магистров также необходимо использовать средства ИКТ для анализа и оценки деятельности ГК и управления проектами и изменениями, разработке концепции и стратегии развития сети гостиниц.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Булавина С.М. Современные информационно-коммуникативные технологии в подготовке специалистов ресторанного, гостиничного и туристического бизнеса // В сб.: Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: Мат. III междунар. Интернет-конф. 2009. С. 265-268.
2. Духовная Л.Л., Холодцова И.И. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе // Сервис в России и за рубежом. 2014. Т.8. №7(54).
3. Dukhovnaya L.L., Kholodtsova I.I., Polyakov V.V., Andreeva A.I., Seredina M.I. Practical experience of the art and exhibition activity at the enterprises of hotel services in the Russian federation // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Vol. 6. № 5 S2. Pp. 58-64.
4. Иванов В.В., Хан О.К. Управление недвижимостью. М.: ИНФРА-М, 2009. 446 с.
5. Практические методики управления качеством работы и мотивации персонала в основных сегментах гостиничного предприятия: Информационно-методическое пособие. М., 2012.
6. Лизунова Е.А. Организационный механизм управления гостиницами на стадии запуска. Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М.: РГБ, 2009.
7. Нестеренко Т.В. Применение учебного проектирования для повышения степени владения современными информационными технологиями будущими специалистами гостиничного и туристского бизнеса // Национальная Ассоциация Ученых. 2015. № 5-3 (10). С. 54-56.
8. Лихолетов В.В. Основы проектирования гостиничных комплексов и предприятий общественного питания. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. 184 с.
9. Силаенков А.Н. Повышение качества подготовки специалистов ОГИС в области туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса на базе информационных технологий // В сб.: Эко-

номика сферы сервиса: проблемы и перспективы: Мат. II Межвуз. науч.-практ. конф. (с междунар. уч.). 2016. С. 165-167.

10. Скабеева Л.И., Лагушев Ю.М. Современные тенденции формирования основных образовательных программ подготовки бакалавров и магистров по направлению подготовки «Гостиничное дело» // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2016. Т.10. №1. С.4-11.

Larisa I. SKABEEVA^a,
Liliya L. DUKHOVNAYA^b

^{a-b} Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);

^a PhD in Pedagogic, Associate Professor; e-mail: skabeeva@mail.ru

^b PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: 6199900@mail.ru

PERSONNEL TRAINING FOR THE HOTEL INDUSTRY: CURRENT ASPECTS AND TRENDS

The training of the head / manager of the hotel complex / hotel chain is characterized by the active using the tools of information and communication technology (ICT), therefore, in the preparation of bachelors and masters in the field of "Hospitality" the process of informatization of education is of particular interest. Also, the process of preparing managers of a hotel complex or hotel chain should be carried out, taking into account the main stages of hotel development, namely activities to implement any hotel investment project, including the stages of finding a land plot for the construction of a hotel complex and investment, preparing initial permits, developing a business plan, and subsequent management and operation.

The formation of the bachelors' competencies in managing the current activities of employees, monitoring and evaluating the effectiveness of the departments of the hotel complex should be carried out using ICT tools. ICT tools are useful in the masters' training for implementing the labor functions of the managers of the hotel complex or hotel chain on the analysis and evaluation of activities and project management and changes, in the development of the concept and strategy of the hotel network.

Particular attention is paid to the growing role of using various information and communication technologies in the process of interaction with hotel guests by using modern mobile hotel applications that contribute to the successful development of the hotel business today and focus on improving the efficiency of the hotel enterprise and strengthening its position in the competitive market.

The authors, on the basis of the analysis of the research conducted, conclude that information and communication technologies for a modern graduate in the sphere of hospitality are an integral factor of its competitiveness in the modern hotel market.

Keywords:

head/manager of a hotel complex/hotel chain, personnel training, information and communication technologies (ICT), hotel development, mobile applications, software

References

1. Bulavina, S. M. (2009). Sovremennye informacionno-kommunikativnye tehnologii v podgotovke specialistov restorannogo, gostinichnogo i turistichestkogo biznesa [Modern information and communication technologies in the training of restaurant, hotel and tourist business professionals]. *Strategija razvitija industrii gostepriimstva i turizma [The development strategy of the hospitality industry and tourism]*: Materials of the third international Internet conference, 265-268. (In Russ.).

2. **Duhovnaja, L. L., Kholodtsova, I. I.** (2014). Innovacionnyye tehnologii v gostinichnom biznese [Innovative technologies in the hotel business]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 8(7). (In Russ.).
3. **Dukhovnaya, L. L., Kholodtsova, I. I., Polyakov, V. V., Andreeva, A. I., & Seredina, M. I.** (2015). Practical experience of the art and exhibition activity at the enterprises of hotel services in the Russian Federation. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5 S2), 58-64. (In Russ.).
4. **Ivanov, V. V., & Khan, O. K.** (2009). *Upravlenie nedvizhimost'ju [Property Management]*. Moscow: INFRA-M. (In Russ.).
5. (2012). *Prakticheskie metodiki upravleniya kachestvom raboty i motivacii personala v osnovnykh segmentakh gostinichnogo predpriyatiya [Practical methods of quality management and staff motivation in the main segments of the hotel enterprise]*: Information and methodological manual. Moscow. (In Russ.).
6. **Lizunova, E. A.** (2009). *Organizacionnyj mekhanizm upravleniya gostinitsami na stadii zapuska [Organizational mechanism of hotel management at the initial stage]*. Candidate of Economics thesis. Moscow: RSB. (In Russ.).
7. **Nesterenko, T. V.** (2015). Primenenie uchebnogo proektirovaniya dlya povysheniya stepeni vladeniya sovremennymi informacionnymi tekhnologiyami budushchimi specialistami gostinichnogo i turistskogo biznesa [The use of educational design to improve the degree of modern information technology in the future experts of the hotel and tourism business]. *Nacional'naya Associaciya Uchenykh [National Association of Scientists]*, 5-3(10), 54-56. (In Russ.).
8. **Likholetov, V. V.** (2009). *Osnovy proektirovaniya gostinichnykh kompleksov i predpriyatij obshchestvennogo pitaniya [Basics of designing hotel complexes and catering enterprises]*: A tutorial. Chelyabinsk: Publishing house of SUSU. (In Russ.).
9. **Silaenkov, A. N.** (2016). Povyshenie kachestva podgotovki specialistov OGIS v oblasti turizma, gostinichnogo i restorannogo biznesa na baze informacionnykh tekhnologij [Improving the quality of training of specialists of OGIS in the field of tourism, hotel and restaurant business based on information technology]. *Ekonomika sfery servisa: problemy i perspektivy [Service Economy: Problems and Prospects]*: Materials of the II Interuniversity Scientific Practical Conference (with international participation), 165-167. (In Russ.).
10. **Skabeeva, L. I., & Lagusev, Yu. M.** (2016). Sovremennyye tendencii formirovaniya osnovnykh obrazovatel'nykh programm podgotovki bakalavrov i magistrrov po napravleniyu podgotovki «Gostinichnoe delo» [Current trends in the formation of basic educational programs for the bachelors and masters training in the education area "Hospitality"]. *Vestnik Associacii VUZov turizma i servisa [Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service]*, 10(1), 4-11 (In Russ.).

Скабеева Л.И., Духовная Л.Л. Современные аспекты и тренды подготовки кадров для гостиничной отрасли // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 84-99.
DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10107.

Skabeeva, L. I., & Dukhovnaya, L. L. (2019). Personnel training for the hotel industry: current aspects and trends. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 84-99. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10107. (In Russ.).

УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10108

ХВАДЖА Айхам Насер

*Чеченский государственный университет (Грозный, Чеченская Респ., РФ);
кандидат экономических наук доцент; e-mail: tourism@laposte.net*

Обеспечение устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии

Статья посвящена региональному управлению гостиничной индустрии в аспектах ее модернизации и развития по принципу устойчивости в условиях перехода к зелёной экономике и обеспечения конкурентоспособности, в ней рассмотрены положительные и отрицательные черты развития гостиничной индустрии. Проанализировано ее развитие в Сирии и выявлены основные проблемы и перспективы в условиях восстановления экономики региона. В соответствии с текущей экономической ситуацией предложена система обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии. Она охватывает все аспекты устойчивого развития и зелёной экономики, включает в себя ведущих игроков данного сектора, которые формируют взаимосвязанные элементы устойчивости и повышают конкурентоспособность гостиничной индустрии, туризма и региона в целом.

Ключевые слова:
гостиничная индустрия,
туризм,
устойчивое развитие,
зелёная экономика,
конкурентоспособность,
регион

Введение. Туризм является важным инструментом развития и восстановления стран мира, его особенность заключается в том, что составляет 10% мирового ВВП, 30% мирового экспорта услуг, 7% общего экспорта товаров и услуг, на долю туризма приходится 7% общего объема инвестиций и будет расти на 4,3% в год в течение следующих десяти лет. В туризме занят каждый десятый работник в мире и к 2028 году будет составлять 11,6% от общего числа занятых¹. Кроме того, туризм

считается главным источником поступления иностранной валюты, расширяет налоговую базу дестинации, способствует привлечению иностранных инвестиций, сохранению окружающей среды, укреплению и гармонизации межнациональных отношений, и повышению уровня жизни местного населения у принимающих государств, при условии применения устойчивого развития.

Теория. Сектор гостиничных услуг представляет собой значительный элемент индустрии туризма и гостеприимства, на его долю приходится до 65% занятых в туристской отрасли, 68% поступлений от туризма, около 6% мирового ВВП, около 5% всех налоговых поступлений и именно ему отводится 30% от

¹ UNWTO, Tourism Highlights 2018, 2017, 2016 Editions. International Tourism Trends. URL: <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>; https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/unwto-highlights_2017.pdf (Accessed on 12.01.2019); http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf (Accessed on 19.01.2019); The World Travel & Tourism Council (WTTC). The global economic impact of travel and tourism 2018. URL:

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> (Accessed on 14.01.2019).

общей стоимости индустрии гостеприимства [1, 2].

Гостиничная индустрия имеет целый ряд особенностей:

- ✓ обеспечивает стремительный рост экономической ценности слаборазвитых регионов;
- ✓ расширяет предложение в развитых дестинациях;
- ✓ способствует сохранению городских и сельских центров;
- ✓ увеличивает уровень занятости (чем выше уровень гостиницы, тем больше прямые и косвенные трудовые затраты);
- ✓ останавливает депопуляцию;
- ✓ оказывает положительное влияние на экономическое развитие других субъектов индустрии гостеприимства;
- ✓ формирует связи между другими субъектами туристической отрасли в пределах конкретной дестинации (ресторанами, агентствами проката автомобилей, сувенирными магазинами, предприятиями развлечений и т. д.) [3];
- ✓ субъект социального развития и поддержки регионального социума (благотворительные взносы и спонсорство, проведение семинаров, встреч и конференций);
- ✓ способствует росту налоговых доходов региональных и местных бюджетов;
- ✓ характеризуется высоким уровнем рентабельности и средним сроком окупаемости проектов [4];
- ✓ средство повышения имиджа региона в международном пространстве;
- ✓ элемент туристской привлекательности и массового привлечения туристов;
- ✓ развита гостиничная индустрия способствует повышению туристической конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности региона.

Однако, есть и отрицательные моменты. Гостиничная индустрия чувствительна к изменяющимся условиям внешней среды и требует самого большого потребления ресурсов.

Например, на все средства размещения приходится 2% из 5% от общего количества выбросов углекислого газа, выделяемого туристической отраслью². Не научно обоснованное место строительства высококлассных гостиниц может привести к искажению специфических черт природных и историко-культурных районов. Неконтролируемое и бессистемное развитие гостиничного сектора также может негативно повлиять на образ жизни местных сообществ и увеличить уровень преступности в районе.

Соответственно, управление модернизацией и развитием по принципу устойчивого развития является целесообразным для гостиничной индустрии и туристической отрасли в целом.

Безопасность региона, его социально-экономическая и политическая стабильность являются ключевыми факторами, влияющими на успех международного гостинично-туристического бизнеса.

Организация Объединенных Наций заявила, что конфликт в Сирии привел к разрушениям, которые обошлись стране в \$400 миллиардов³. Экономическая и социальная комиссия ООН для Западной Азии (ESCWA) объявила, что объем разрушений физического капитала и его распределение по секторам были оценены в более чем \$388 миллиардов. Данная оценка не включает «человеческие потери в результате смерти или потери человеческих компетенций и квалифицированного труда из-за перемещения, которые считаются наиболее важными факторами сирийской экономики»³.

Данные и методы. Одной из важнейших пострадавших отраслей Сирийской экономики является туристическая отрасль. Следует отметить, что с 2000 по 2010 г. (до военного

² World Tourism Organization (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/en/content/about-us-6> (Accessed on 14.01.2019).

³ The New Arab. URL: <https://www.alaraby.co.uk/english/news/2018/8/8/cost-of-syria-war-destruction-almost-400-billion-un> (Accessed on 04.01.2019).

конфликта) туризм в Сирии развивался достаточно высокими темпами, однако с низким уровнем качества: в 2010 году число приезжающих туристов составило 8,5 миллионов, доход от туризма достиг \$ 6,5 миллиардов. При этом по сравнению с 2000 годом количество туродней в 2010 г. выросло на 155%, однако средний срок пребывания туристов сократился на 5 туродней (с 15 до 10)⁴.

По международному рейтингу конкурентоспособности туризма из 133 стран мира Сирия заняла 85 место в 2009 г., а в 2011г. – 105-е⁵, причинами послужили недостаточное развитие туристической инфраструктуры, в частности гостиничного сектора, ассортимента и качества услуг. Низкий уровень норм регулирования и государственной политики, слабо развитая инфраструктура информационно-коммуникационных технологий, слабая экологическая устойчивость и усиление политической нестабильности, привели к снижению конкурентоспособности страны на международном туррынке.

Экономические потери туристической отрасли во время конфликта оцениваются в \$14 миллиардов, в том числе \$4 миллиарда (28,5%) приходится на гостиничный и ресторанный бизнес⁶.

Наибольшее количество гостиниц Сирии располагаются в таких городах как Дамаск, под Дамаском, Хомс, Латакия, Алеппо. Гостиничный бизнес представлен различными категориями, на рис. 1 показано распределение гостиниц по категориям. Наименьший удельный вес занимают пятизвездочные и четырех-

звездочные гостиницы, соответственно 5% и 9%, а наибольшее двух и однозвездочные гостиницы⁷.

Во время конфликта более 300 гостиниц перестали работать, что составляет 40% от общего число гостиничных предприятий⁶.

Динамика изменения количества и общая структура гостиниц представлены на рис. 2, заметны изменения в структуре по категориям.

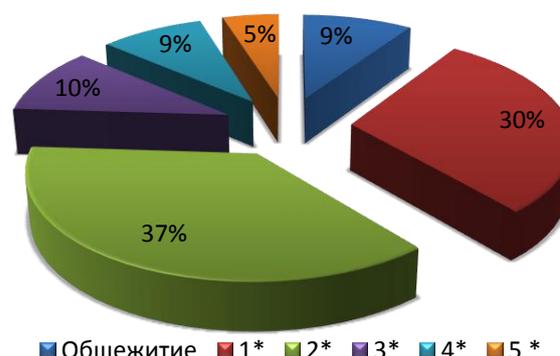


Рис. 1 – Распределение гостиниц Сирии по категориям (2010 г.)⁷

Количество гостиничных мест заметно возрастает во всех категориях гостиниц от 2-х до 5 звезд, незначительно изменяется количество мест в общежитиях и однозвездочных гостиницах (рис. 3).

Большинство гостиничных мест располагаются в 2-звездочных (38% от общего количества мест во всех отелях) и 5-звездочных (21%) отелях (рис. 4).

Как показано на рис. 5, основными постояльцами в гостиницах Сирии среди арабов являются жители Иордании (развивающий сектор), их количество увеличивалось с 2000 г. до 2010 г. в 5 раз и составило 461406 ночлегов. Поток постояльцев Ирака в связи с войной с 2002 г. до 2007 г. увеличился на 400%. Количество ночлегов жителей Ливана в 2010 г. в сравнении с 2000 г. увеличивалось в 2,6 раз с бумом в 2004 г., 2006 г. в связи с войной в Ливане.

⁴ Syrian Ministry of Tourism. URL: www.syriatourism.org (Accessed on 23.10.2018).

⁵ World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009-2011. URL: http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2009-03-04_02101.pdf (Accessed on 12.10.2018); URL: <https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf> (Accessed on 09.10.2018).

⁶ Official site of the Our Syria. URL: <http://www.souriatnapress.net/سوريا-في-النشاط-السياحي-واقعيًا-مشلول> (Accessed on 17.01.2019).

⁷ Central Bureau of Statistics. Damascus, Syria. URL: <http://www.cbssyr.sy/> (Accessed on 22.06.2018).

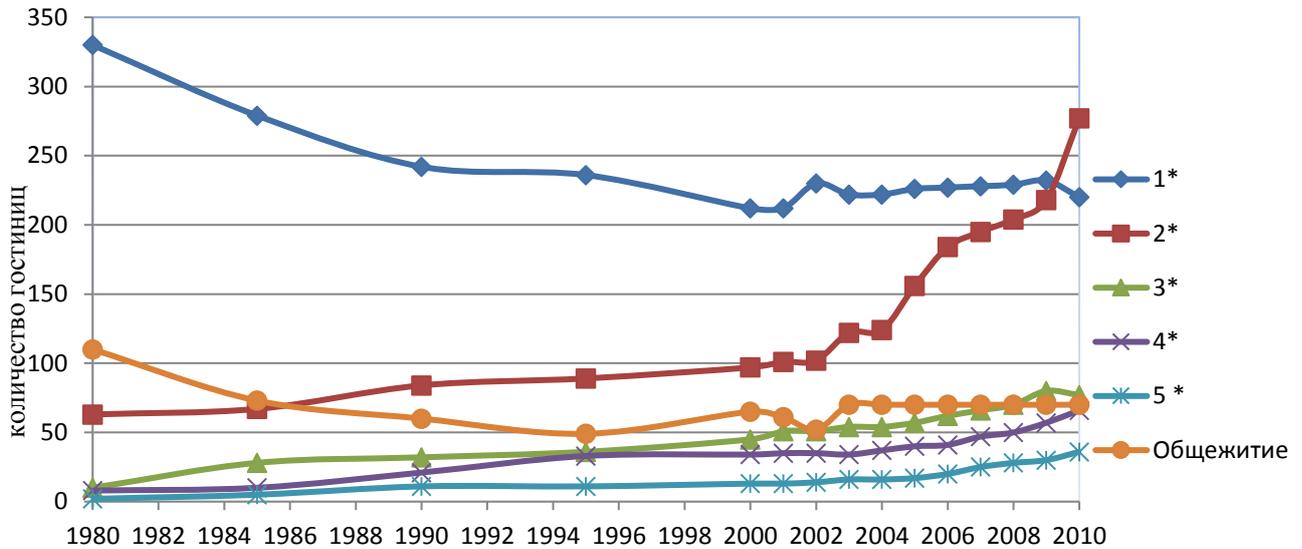


Рис. 2 – Динамика количества гостиниц в САР (2010 г.)

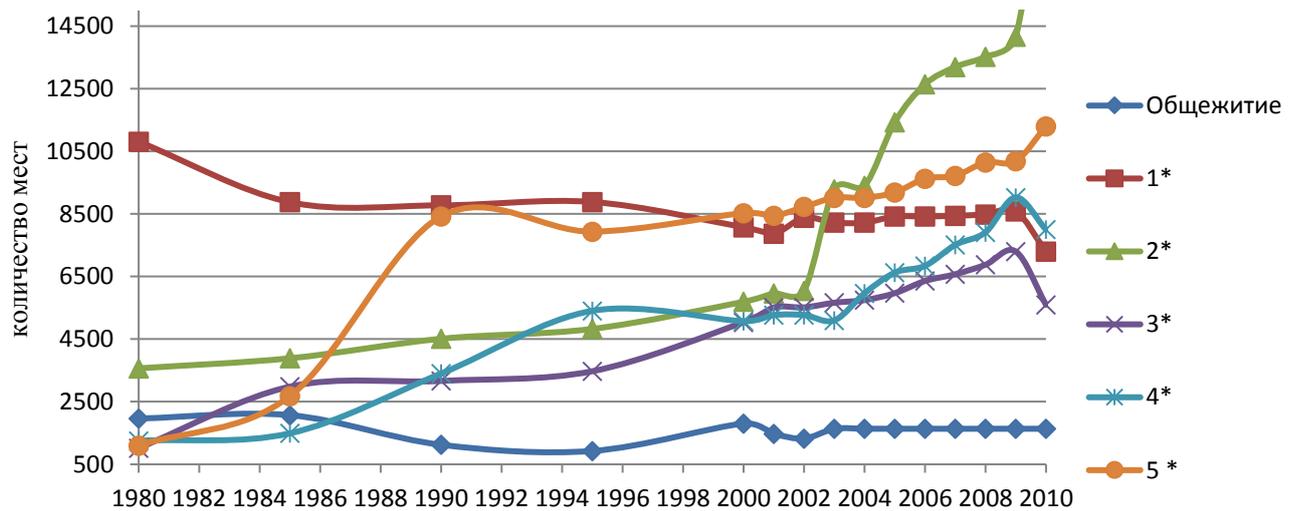


Рис. 3 – Динамика изменения количества гостиничных мест в САР

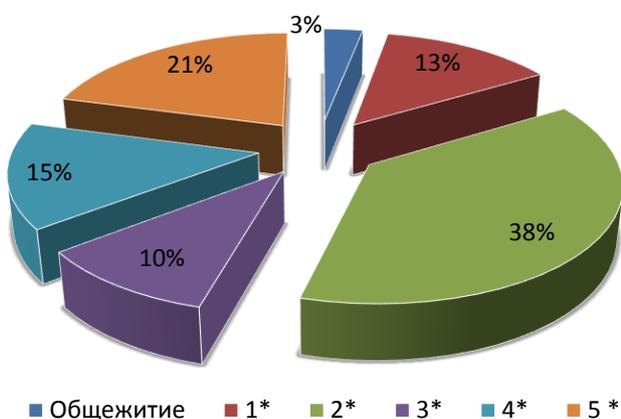


Рис. 4 – Распределение мест в гостиницах САР по категориям (2010 г.)⁷

Основные ночлеги среди иностранцев, как показано на рис. 6, являются иранцы, их количество увеличивалось в 2010 г. в сравнении с 2000 г. на 311% и составило 748986 ночлегов в связи с отменой визового режима. Количество ночлегов туристов из западной Европы колеблется в связи с политической обстановкой в регионе. Однако данный поток увеличился с 2000 г. до 2010 г. на 83% и составил 216905 ночлегов.

В 2007-2010 годы отмечается рост ночлегов жителей Турции, их число увеличилось в сравнении с 2000 г. в 90 раз в связи с отменой визового режима и составило 249553.

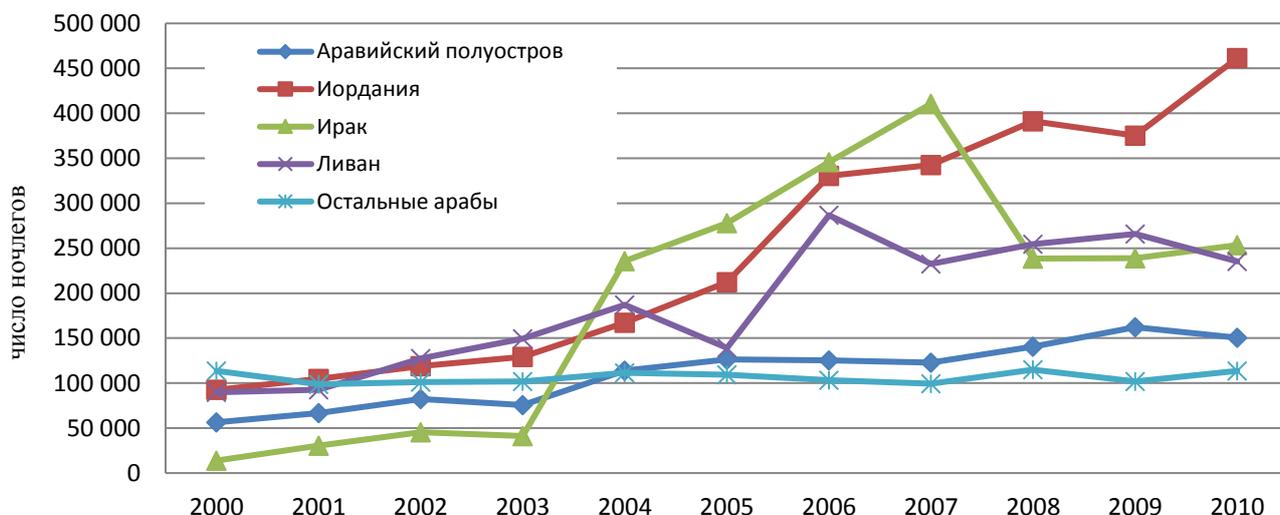


Рис. 5 – Динамика количества ночлегов (арабов) в гостиницах Сирии

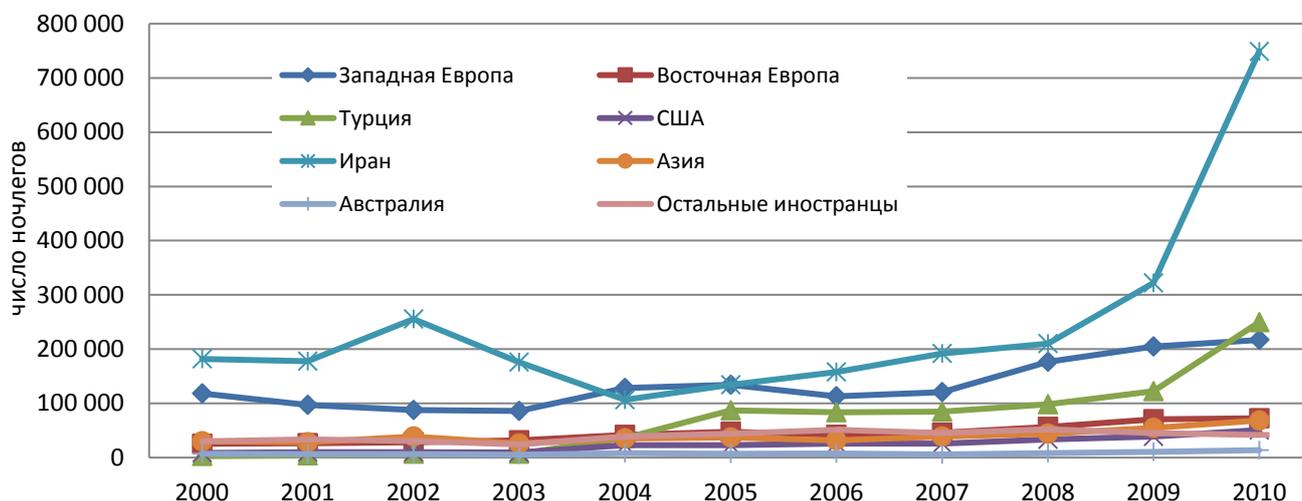


Рис. 6 – Динамика количества ночлегов (иностранцев) в гостиницах Сирии

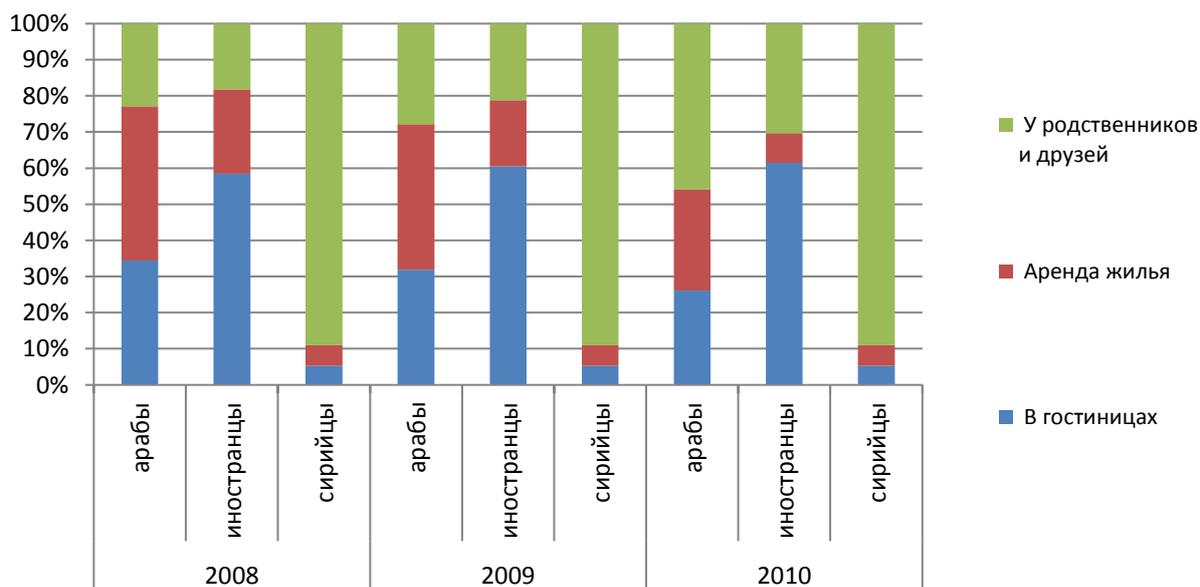


Рис. 7 – Распределение ночлегов туристов по средствам размещения

В Сирии, как и в других странах, можно размещать туристов как в гостиницах, так и вне них. Распределение ночлегов туристов по средствам размещения представлено на рис. 7.

Как видно, большинство арабских туристов 74% из общего их количества предпочитают размещаться вне гостиниц. Это связано с тем, что они приезжают в Сирию с визитами к родственникам и друзьям, соответственно, останавливаются у них или берут в найм коттеджи и квартиры, то есть представляют собой самостоятельные путешествия.

В то же время большинство иностранцев 61% и более останавливаются в гостиницах. Услугами иных средств размещения пользуется менее 40% иностранных туристов.

Большинство сирийских туристов предпочитают размещаться вне гостиниц на длительный период.

Туристы, которые предпочитают останавливаться в гостиницах, имеют возможность выбора гостиниц различных категорий. Размещение туристов по происхождению в гостиницах разных категорий за 2010 г. представлено на рис. 8.

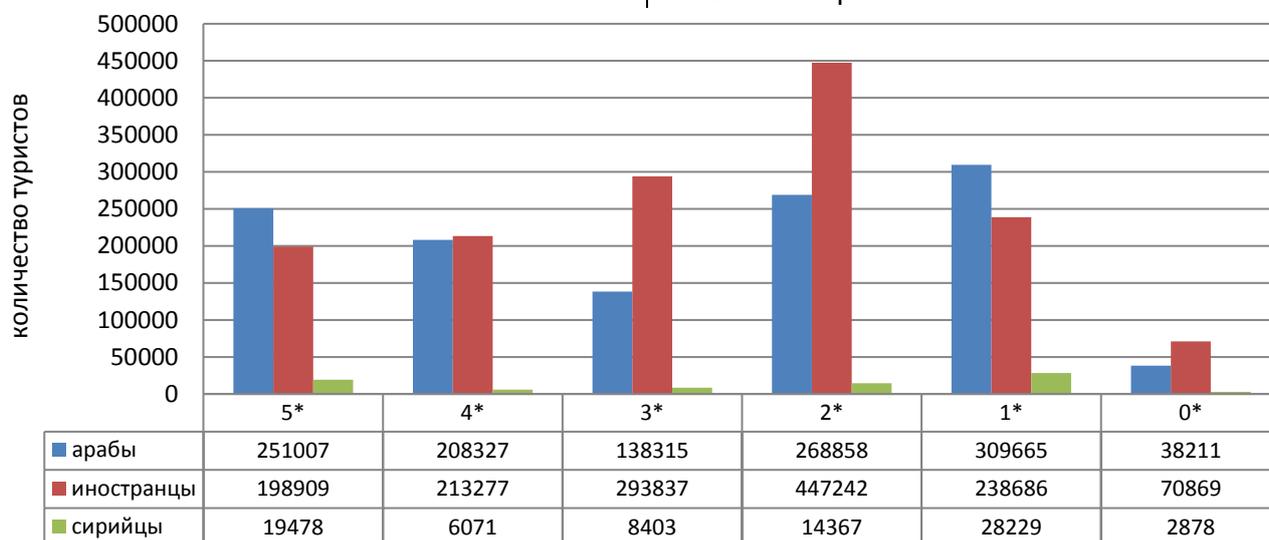


Рис. 8 – Размещение туристов по происхождению в гостиницах разных категорий (2010 г.)⁷

По данным 2010 г. видно, что в основном иностранные туристы пользуются услугами гостиничного бизнеса. Наиболее предпочтительными являются гостиницы 2 звезды с заметным сокращением спроса на услуги гостиниц более высокого уровня обслуживания.

Среди туристов арабов по происхождению в 2010 г. услугами гостиниц воспользовались только 26% их общего количества. Наибольшими предпочтениями пользуются гостиницы 1-2, а также 4-5 звезд. Это связано с тем, что стандарты обслуживания и оборудования в 1 и 2-звездочных отелях не сильно отличаются от сервиса 3-звездочных гостиниц, а разница в оплате номеров 2 и 3-звездочных гостиниц существенная. Большинство гостиничных мест располагаются в 2-звездочных

(38% от общего количества мест во всех отелях) и 5-звездочных (21%) отелях.

Нужно отметить, что до кризиса одновременно с увлечением потока туристов и количества номерного фонда в Сирии не привели к повышению загрузки гостиниц и продолжительности пребывания гостей в них. Стабильно за последние три года коэффициент загрузки 5* гостиниц составляет 55%, а среднее число проведенных туродней в отелях региона 4 дня. В 4* гостиницах годовой коэффициент загрузки составляет 64% в 2010 г. 72%, в то время как среднее число проведенных туродней – также 4 дня, в 3* гостиницах региона – 71 %, а среднее число проведенных туродней – 5дней, в 2010 г. составило 2,6 дней.

Как показано на рис. 9, большинство ту-

ристов в Сирии предпочитают размещаться вне гостиниц (аренда жилья, у родственников). Это связано, с одной стороны, с высокими тарифами на гостиничные услуги, отсут-

ствием свободных гостиничных мест в сезоне, непривлекательными гостиницами, а с другой, с тем, что туристы традиционно едут в Сирию к своим родственникам и друзьям.

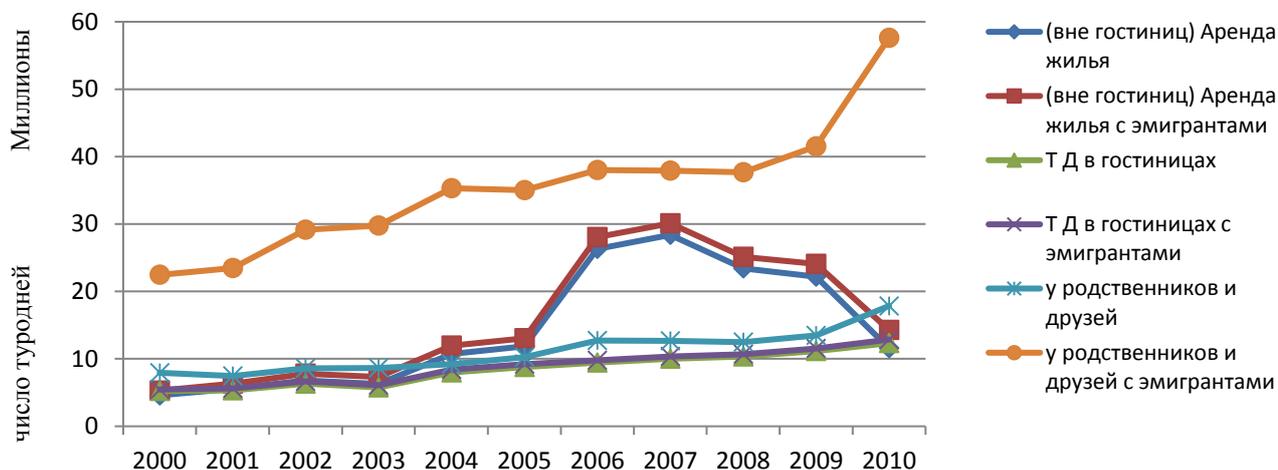


Рис. 9 – Распределение общего количества туродней по средствам размещения

Число проведенных туродней вне гостиниц (аренда жилья) постоянно возрастает. Их доля от общего количества туродней без эмигрантов в 2009 г. составила 47% и выросла на 382% по сравнению с 2000 г., а в 2010 г. составила 27% и снизилась на 47% по сравнению с 2009 г. при увеличении количества гостиничных мест⁷.

Доля проведенных туродней вне гостиниц (родственников и друзей) от общего количества туродней без эмигрантов составила в 2010 г. 42% и снизилась на 2% по отношению к 2000 г. а в 2009 г. составила 28% и снизилась на 16% по отношению к 2000 г.

Сирийцы эмигранты предпочитают размещаться вне гостиниц (у родственников), их количество туродней увеличилось в 2010 г. по сравнению с 2000 г. на 174% и составило 39788709 туродней при доле 46% от общего количества туродней. Сирийцы эмигранты также предпочитают размещаться вне гостиниц (аренда жилья), количество туродней, проведенных в арендованном жилье, увеличилось в 2010 г. по сравнению с 2000 г. на 288% и составило 2706074 туродней при доле 3% от общего количества туродней.

Сирийцы эмигранты в 2010 г. провели 539900 туродней в гостиницах Сирии. Это чис-

ло увеличилось сравнительно с 2000 г. на 134% при доле 4% от общего количества гостиничных туродней и 0,6% от общего количества туродней.

Нужно отметить, что срок пребывания туристов зависит от мотива туриста, целей путешествия, уровней обслуживания и привлекательности региона, в том числе от количества и качества проводимых мероприятий и услуг.

Таким образом, можно выделить следующие основные проблемы развития гостиничной индустрии в Сирии:

- недостаточное количество мест в 5*, 4*- звездочных гостиницах, с высоким уровнем наполняемости номерного фонда, что снижает культуру и качество обслуживания клиентов;
- недостаточное количество специализированных средств размещения – санаторных, курортных, лечебных и гостиниц 3*;
- нелегальный гостиничный бизнес, сдача квартир в аренду, приводит к размещению 84% от общего количества туродней туристов вне гостиниц;
- неконкурентоспособная цена гостиничного продукта и низкий индекс количества гостиничных номеров на душу населения⁵;

- отсутствие республиканской целевой программы развития гостиничной индустрии;
- слабая система кадрового обеспечения туристической и гостиничной индустрии, которая, в том числе, обуславливает присутствие на руководящих должностях специалистов без соответствующего образования; что отражается на уровне управления развитием туротрасли в регионе;
- предприниматели и инвесторы сталкиваются с множеством экономических, политических, организационных трудностей бюрократического, коррупционного характера, которые делают проблематичным ведение цивилизованного бизнеса в регионе.
- для Сирии характерно низкое качество деловой среды и слабое развитие деловых ассоциаций (торговых палат, отраслевых объ-

единений), которые зачастую не справляются с задачей выработки и продвижения приоритетов и интересов регионального бизнеса.

Модель. Вышесказанное подтверждает необходимость существенного роста инвестиций в инфраструктуру туризма и гостеприимства, которые будут возможны при обеспечении благоприятной стабильной окружающей среды (политической, правовой, социальной, экономической, экологической, безопасной) для местного населения, иностранных инвесторов и туристов.

Принимая во внимание огромный туристский потенциал страны и незначительный вклад в экономику следует разработать систему обеспечения устойчивого развития туризма и гостеприимства в целом и гостиничной индустрии в частности (рис. 10).



Рис. 10 – Система обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии

Ключевыми игроками, обеспечивающими формирование и функционирование системы, являются: предприятия гостиничной индустрии, национальные туроператоры, государственные органы управления туризмом, НКО и союзы, научные и образовательные организации.

Объединение усилий и координация действий игроков (бизнес, власть, общественные объединения и некоммерческие организации, наука) в единое целое способствует глубокому пониманию проблем отрасли и принятию более эффективных мер по их решению. Это предполагает формирование элементов системы обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии на основе разработки приоритетных направлений развития туризма в регионе и с учетом перехода к зелёной экономике.

К структурным элементам системы следует отнести:

1) Совершенствование нормативно-правовой базы и повышение безопасности. Законы являются основой развития и должны соответствовать требованиям зелёной экономики, поэтому необходимо разработать новые условия, стандарты и нормы, которые будут обеспечивать устойчивость по всем направлениям: правовое регулирование вопросов энергосбережения и возобновляемых (альтернативных) источников энергии, районной планировки (критерии реконструкции и выбора места и материалов для строительства новых гостиниц и других туристических объектов, с учетом соблюдением традиций местной архитектуры). Также к ним относятся законы об основах туристической деятельности, создании благоприятного климата для национальных и иностранных инвестиций, о поддержке малого и среднего предпринимательства в сфере услуг, содействии инновационной деятельности и научных исследований, о правах работников и защите прав потребителей, об обеспечении безопасности региона.

2) Государственные органы управления вместе с соответствующими организациями

должны разработать стратегический план по модернизации инфраструктуры туризма и гостеприимства, в том числе активировать и снабжать туристические ресурсы необходимыми услугами (жилищно-коммунальные, транспортные, информационные, финансовые и т.д.) в соответствии с рекомендуемыми международными стандартами, что, в свою очередь, обеспечивает рост спроса на рынке предприятий гостиничной индустрии и способствует повышению качества в сфере обслуживания и жизни местного населения.

3) Персонал является важнейшим фактором успешного гостиничного бизнеса и одной из важнейших причин колебания качества гостиничных услуг, связанных с неквалифицированным трудом и текучестью кадров. Координация взаимодействия игроков позволит оперативно реагировать на требования туррынка к квалификации специалистов различных категорий и продуктивно формировать государственные целевые и коммерческие программы кадрового обеспечения, в том числе образовательные программы в ССУЗах и ВУЗах, а также обязательные и добровольные курсы и акредитация работника). Это не только повысит уровень культуры обслуживания и эффективность деятельности гостиниц, но и будет учитывать потребности сотрудников и усиливать их мотивацию.

4) Введение новой системы аккредитации гостиничных предприятий предполагает применение единой (в данном случае, «звездной») системы международной классификации гостиниц, которые должны быть аккредитованы региональными и местными органами и ассоциациями.

Сертификация поможет гостиницам самостоятельно оценить свои экологические и социальные воздействия, продемонстрировать соответствие законодательным и нормативным требованиям, определить пути улучшения внутренних процессов управления, перейти к использованию экономичных устойчивых технологий. Наличие сертификатов и

других документов, свидетельствующих о соответствии гостиницы национальным и международным стандартам, является конкурентным преимуществом.

5) Формирование имиджа, бренда и репутации региона должно быть одним из приоритетных направлений концепции долгосрочного социально-экономического развития Республики. Данный вектор развития отношений игроков направлен не только на создание позитивного имиджа, репутации и завоевание большей доли международного рынка, но и на укрепление позиции страны на международной арене.

Целесообразно, чтобы страна имела имидж, отражающий ее многогранность. Это может быть сделано с помощью национальных брендов, основанных на таких аспектах, как туризм, экспорт, культура, спорт, инвестиции, правительство и т.д. [5].

Международная практика доказывает, что в большинстве случаев, туризм является наиболее распространенным измерением, который правительства выбирают для разработки национального бренда. Это способствует устойчивому распространению информации и повышению осведомленности о ресурсах региона.

6) Кооперация деятельности игроков с целью продвижения региона как «обновленной туристской дестинации» на межрегиональном и международном уровне, позволяет сосредоточить все ресурсы и использовать современные маркетинговые инструменты и достичь синергетического эффекта.

7) Инновационные форматы гостиничного бизнеса направлены на повышение общей социально-экономической и экологической устойчивости участников туррынка, снижение рисков, связанных с изменчивостью окружающей среды. Это, в свою очередь, приведет к диверсификации бизнеса в регионе [6].

8) Сотрудничество игроков создает благоприятный инвестиционный и инновационный климат для внедрения новых технологий и техники, затрагивающих все элементы и

этапы обслуживания в гостиничном и турбизнесе. Среди них наиболее важными являются:

-информационные и коммуникационные технологии (социальные медиа, глобальные системы бронирования, программы лояльности, цифровое обслуживание, смарт-гостиницы);

-внедрение зеленых технологий и программ перехода к зеленой деятельности (по отходам, системам энергоснабжения, материалам для обслуживания и строительства гостиниц, экологическому управлению).

Конкурентные преимущества от перехода можно выделить за счет:

✓ более рационального использования ресурсов и экономии денежных средств;

✓ уменьшения негативного воздействия на окружающую среду;

✓ максимизации социальных и экономических выгод для местного сообщества;

✓ удовлетворения корпоративных клиентов, которые все чаще запрашивают информацию о социальных и экологических инициативах своих поставщиков;

✓ увеличения продаж за счет привлечения экологически сознательных туристов и повышения лояльности к зеленым гостиницам;

✓ объединения зеленых гостиниц в специализированные ассоциации, которые позволят выявить реальные проблемы участников в области озеленения экономики и учесть их интересы в разработке конкретных путей достижения целей.

9) Создание единой информационной базы социально-экономических и экологических показателей гостиничных предприятий позволит органам власти проводить мониторинг гостиничной индустрии, а самим предприятиям, которые образуют эту индустрию – отслеживать и учитывать основные тенденции и перспектив развития гостиничного бизнеса. Данная база поможет объективно оценивать реальное состояние гостиничной деятельности в регионе, что, в свою очередь, обеспечит более высокую эффективность управления и оптимальные результаты.

Заключение. Таким образом, особенность предлагаемой системы заключается в том, что она охватывает все аспекты устойчивого развития и зеленой экономики, включает в себя разноуровневые органы управления, интегрируемые правовые формы организаций и наука, позволяющие формировать взаимосвязанные элементы устойчивого развития и повышать конкурентоспособность гостиничной индустрии, туризма и региона в целом.

Система предполагает, что успех в развитии экономики должен определяться положительным результатом для всех заинтересованных сторон в качественном, а не только в количественном эквиваленте в зависимости

от того, как общий результат распределяется среди заинтересованных сторон.

Нужно отметить то, что пути к устойчивому развитию и переход к зеленой экономике начинаются с озеленения турпродукта. Это однозначно затратное дело, а также долгосрочный вклад в перспективу обеспечения высокого уровня качества жизни населения.

Итак, благодаря своему природному и социо-культурному потенциалу, при восстановлении разрушенной инфраструктуры Сирия имеет уникальную возможность занять свою нишу на мировом туристском рынке и стать мировой парадигмой зеленой экономики при поддержке международного сообщества.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Байлик С.И.** Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. М.: Дакор, 2008. 288 с.
2. **Лесник А.П., Чернышев А.В.** Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. М.: Инфра, 2003. 488 с.
3. **Портолан А.** Коммерческие средства размещения в туристской дестинации на примере Дубровника // Туризм и гостиничный менеджмент. 2010. Т.16. №2. С. 243-265.
4. **Забержинский Б.Э., Карева Н.В.** Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения // Экономика, предпринимательство и право. 2016. №6(1). С. 99-110.
5. **Динни К.** Национальный брендинг: понятие, проблемы, практика. Берлингтон: Баттерворт-Хайнеманн, Эльзевир, 2008.
6. **Худякова Т.А.** Инновационные форматы гостиничного бизнеса: реалии и перспективы устойчивого развития // Известия ТулГУ. 2013. Вып. 5-1. С. 101-108.

Ayham N. KHWAJA

*Chechen State University (Grozny, Chechen Rep., Russia);
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: tourism@laposte.net*

ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND COMPETITIVENESS OF THE HOTEL INDUSTRY

Keywords:

*hotel industry, tourism,
sustainable development,
green economy,
competitiveness, region*

The article is devoted to the regional management of the hotel industry in terms of its modernization and development according to the principle of sustainability in the conditions of transition to a green economy and ensuring its competitiveness. The author considers the positive and negative features of the hotel industry development. The article analyzes its development in Syria and identifies the main problems and its prospects in the context of economic re-

covery in the region. Taking into account the current economic situation, the author proposes a system for ensuring the sustainable development and competitiveness of the hotel industry d. It covers all aspects of sustainable development and green economy, includes leading players in the sector which form interrelated elements of sustainability and enhance the competitiveness of the hotel industry, tourism and the region as a whole.

References

1. **Baylik, S. I.** (2008). *Gostinichnoe hozyajstvo. Organizaciya, upravlenie, obsluzhivanie [Hotel industry. Organization, management, service]*. Moscow: Dakor. (In Russ.).
2. **Lesnik, A. P., & Chernyshev, A. V.** (2003). *Praktika marketinga v gostinichnom i restorannom biznese [The practice of marketing in the hotel and restaurant business]*. Moscow: Infra. (In Russ.).
3. **Portolan, A.** (2010). Kommercheskie sredstva razmeshcheniya v turistskoj destinacii na primere Dubrovnika [Private accommodation in tourist destination offer. The case of Dubrovnik]. *Tourism and Hospitality Management [Turizm i gostinichnyj menedzhment]*, 16(2), 243-265. (In Russ.).
4. **Zaberzhinsky, B. E., & Kareva, N. V.** (2016). Gostinichnaya industriya: ee rol' v razvitii ekonomiki, osnovnye problemy i puti ih resheniya [The hotel industry: its role in economic development, basic problems and ways of their solution]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo [Economics, Business and Law]*, 6(1), 99-110. (In Russ.).
5. **Dinnie, K.** (2008). *Nation branding: Concept, issues, practice*. Burlington: Butterworth-Heinemann, Elsevier.
6. **Khudyakova, T. A.** (2013). Innovacionnye formaty gostinichnogo biznesa: realii i perspektivy ustojchivogo razvitiya [Innovative formats of hotel business: realities and perspective of stability development]. *Izvestiya TulGU [Bulletin TuSU]*, 5-1, 101-108. (In Russ.).

Хваджа А.Н. Обеспечение устойчивого развития и конкурентоспособности гостиничной индустрии // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 100-111. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10108.

Khwaja, A. N. (2019). Ensuring sustainable development and competitiveness of the hotel industry. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 100-111. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10108. (In Russ).

БЫКОВА Вера Александровна

*Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ);
кандидат географических наук, доцент; e-mail: bva.geo78@mail.ru*

КОЛУПАЕВА Ирина Владимировна

*Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ);
Старший преподаватель, e-mail: Irina.kolupaeva@rambler.ru*

ПРАЗДНИКОВА Надежда Николаевна

*Алтайский государственный университет (Барнаул, Алтайский край, РФ);
кандидат географических наук, доцент; e-mail: Prazdnikovann@rambler.ru*

Горнолыжный комплекс «Манжерок» в структуре региональной туристско-рекреационной системы Республики Алтай

В рекреационной географии основой изучения туристской деятельности является учение о территориальной рекреационной системе (ТРС), разработанной школой профессора В.С. Преображенского. Новейшие подходы к территориальному планированию развития туризма в России основаны на кластерном подходе и принципах государственно-частного партнёрства. В статье кластерная модель организации сферы туризма понимается как важнейшая ядровая составляющая региональной территориальной рекреационной системы. Общие принципы организации ТРС сферы горнолыжного туризма проиллюстрированы на примере территории Республики Алтай.

Региональная ТРС горнолыжного туризма Республики Алтай находится в процессе активного формирования. Ядрами этой системы должны стать мощные туристские комплексы – территориальные кластеры. В статье рассмотрен кейс проектирования и развития подобного предприятия – всесезонного горнолыжного комплекса «Манжерок» на территории Чемало-Катунского рекреационного района. Исследованы география и инфраструктура указанного кластера, изучены подходы к зонированию комплекса как основы модели туристских услуг и сервисного обслуживания, выделены основные проблемы функционирования горнолыжного комплекса «Манжерок». В основу работы положены авторские результаты исследований условий развития горнолыжного туризма в Алтайском регионе.

Ключевые слова:

*горнолыжный туризм,
горнолыжный комплекс,
туристская инфраструктура,
территориальная рекреационная система, внутренний туризм, туристский кластер,
всесезонный горнолыжный комплекс «Манжерок»*

Введение. В рекреационной географии теоретической основой учения об организации отдыха, рекреационной деятельности, начиная с 60-х гг. XX ст., является учение о территориально-рекреационных системах (далее ТРС), разработанной школой профессора В.С. Преображенского [15, с. 56]. ТРС представляет собой форму организации рекреационной, туристской деятельности в рамках определенной территории. Туристская инфраструктура (инфраструктура туризма) занимает важное место в структуре ТРС, являясь одной из её подсистем. В соответствии с данной теорией, мы определяем инфраструктуру туризма как *комплекс инженерно-технических объектов, обусловленных развитием туризма, туристских систем (объектов туристского назначения), составляющих и обеспечивающих функционирование ТРС (рекреационного района), используемые в определенный период времени на определенной рекреационной территории в социокультурном пространстве для удовлетворения туристских потребностей группы отдыхающих* [12, с.34].

В зависимости от рекреационных занятий, видов туризма, особенностей инфраструктуры, условий размещения туристских объектов выделяют 4 функциональные типа территориально-рекреационных систем [15]: рекреационно-познавательный, рекреационно-лечебный, рекреационно-оздоровительный, рекреационно-спортивный. При этом существует ряд особенностей деятельности функциональных типов.

1. Каждый функциональный тип ТРС предполагает наличие как ведущих (основных) рекреационных занятий, видов туризма, так и второстепенных. Специфика туристской инфраструктуры же определяется исключительно ведущими видами туризма, перечнем рекреационных занятий в ТРС.

2. Факторы формирования и развития туристской инфраструктуры зависят от условий, требований к формированию ТРС, наличия рекреационных ресурсов, антиресурсов,

географических особенностей территории. Туристская инфраструктура находится в тесной взаимосвязи и взаимозависимости от географических особенностей территории.

3. Требования к формированию специфической туристской инфраструктуры зависят напрямую от типа ТРС, её функциональной направленности.

4. Достаточно сложно выделить функциональный тип в «чистом виде», с наличием только основных рекреационных видов занятий, видов туризма. На практике часто функциональные типы «накладываются» друг на друга, что позволяет определить только примерные границы и очертания одного или другого типа ТРС. Количество и разнообразие объектов туристской инфраструктуры расширяется вследствие сочетания как основных, так и второстепенных видов туризма, рекреационных занятий в том или ином функциональном типе ТРС.

Итак, туристская инфраструктура в зависимости от того или иного типа должна обладать рядом специфических особенностей, определенными возможностями для удовлетворения требований туристов в соответствии с теми или иными видами туризма.

В настоящее время с развитием рынка туристских услуг активное развитие получили туристские кластеры как наиболее эффективная форма организации рекреационной деятельности на определенной территории. Чёткость границ помогает выделить с большей точностью объекты туристской инфраструктуры в рамках какого-либо кластера как формы ТРС. По сути, термин «туристский кластер» является современным вариантом формы организации рекреационной деятельности на определенной территории, другими словами – так называемая «производная» модель от ТРС в современных рыночных условиях. При этом важное значение приобретает строительство инфраструктурных объектов, которые возводятся преимущественно силами инвесторов и представляют собой, в основном, коммерческие проекты, целью которых является мак-

симальное извлечение прибыли [5, с. 46]. Очень хорошо проблемы соотношения и содержание понятия государственно-частного партнёрства и пути его развития в сфере туризма в России представлены в статье Н.Д. Дорожкова и Ю.А. Купчинской [9]. Здесь же описаны и преимущества формирования особых экономических зон и создания кластеров в туризме.

Достаточно успешным можно считать опыт проектирования и создания региональных туристско-рекреационных систем на основе кластерного подхода, реализованного Ростуризмом в уже завершившейся Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 гг.)» (далее ФЦП)¹ в рамках модели государственно-частного партнёрства. Среди успешно завершившихся или близких к завершению проектов туристских кластеров особую категорию как по сложности реализации, так и по важности для всей туристской отрасли страны, составляют кластеры, создающиеся с целью развития горнолыжного туризма. Рассмотрим эту категорию более подробно.

Развитие горнолыжного туризма всегда определяет специфические условия функционирования объектов туристской инфраструктуры:

1) высокие технические требования к инженерным сооружениям, обеспечивающим спортивный комплекс занятий; обязательно наличие специфических спортивных инженерных сооружений; наличие большого количества туристского снаряжения, инвентаря;

2) безопасность использования объектов туристской инфраструктуры;

3) требование наличия специфических сооружений, средств размещения (наличие хорошо оборудованных трасс, баз, комплексов) и сети предприятий обслуживания и са-

¹Распоряжение Правительства Российской Федерации «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)»

мообслуживания – система приютов, объектов размещения, горных хижин и др.;

4) комфортность пребывания на объектах туристской инфраструктуры;

5) дорогостоящее инвестирование при строительстве и развитии объектов инфраструктуры.

У многих горнолыжных комплексов России инфраструктура и сервис развиты хуже, чем у европейских, в связи с чем важно искать возможные пути решения этой проблемы в целях улучшения комфортности горнолыжных центров. В данное время горнолыжный туризм является средством активного отдыха значительного числа россиян, его популярность динамично растёт, что способствовало быстрому развитию значительной индустрии горнолыжного туризма в стране. Рост интереса к отдыху на горноклиматических курортах и в горнолыжных центрах необходимо поддерживать расширением спектра и географии предоставляемых услуг.

Данные и методы. Анализ состояния рынка горнолыжного туризма в стране показал, что его исключительность не всегда должно пониматься на различных уровнях управления. Об этом свидетельствует отсутствие эффективной рекламы горнолыжного туристского продукта, завышенные цены при слабой инфраструктуре отдыха и развлечений, недостаток высокого уровня сервиса, качественного оборудования на трассах и комфортабельного размещения. В связи с чем имеется существенная проблема выработки высокоэффективных механизмов и инструментариев развития российского горнолыжного туризма и его продвижения на туристском рынке.

По вопросам рационального управления горнолыжным туризмом существует достаточное количество разрозненных исследований, но при этом отсутствует комплексное методическое обеспечение развития горнолыжного туризма как отрасли². Несмотря на

² Горнолыжные курорты России куда катимся? // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2002. №11. С. 38-45.

неуклонно растущий интерес населения России к горнолыжному спорту, положение на рынке горнолыжных услуг может оцениваться в целом как малоудовлетворительное.

Актуальность работы продиктована, с одной стороны, значительным интересом к теме исследования в нашей стране, с другой – её существенной разработанностью с теоретико-методологической стороны. В основу работы положены результаты исследований авторами проблем развития горнолыжного туризма в Алтайском регионе, материалы полевых исследований; были привлечены опубликованные работы по изучению проблем функционирования горнолыжных комплексов мира и России. Основными методами исследования явились описательный, статистический, сравнительно-географический. Объектом исследования определена отрасль горнолыжного туризма Республики Алтай, предметом – горнолыжный комплекс «Манжерок» как одно из центральных звеньев формирующейся региональной туристско-рекреационной системы горнолыжного туризма Республики Алтай.

Республика Алтай как центр горнолыжного туризма

Республика Алтай относится к сравнительно небольшому перечню регионов РФ, обладающих наиболее оптимальными условиями для развития горнолыжного туризма. Ресурсы региона для данного вида туризма давно описаны в научной литературе. Например, Н.К. Джабарова с соавторами [7] отмечают, что Горный Алтай – один из уникальных по аттрактивным свойствам ландшафтов рекреационный район России, развитию горноклиматических курортов в котором способствуют благоприятные ландшафтно-климатические условия межгорных долин и котловин северных и юго-западных провинций Горного Алтая, активно использующихся в рекреационных целях. Исторический процесс развития в регионе лечебно-оздоровительного туризма и ресурсную основу для него подробно рассмотрели в своих публикациях Е.А. Дза-

гоева [8], Е.И. Демина и О.В. Гатаулина [6]. А в статье А.Е. Бойко [3] регион рассматривается в качестве территории «мультиатрибутивного туризма». Не смотря на то, что уже достаточно давно определен перечень ключевых проблем, стоящих перед туристской отраслью региона, и, прежде всего фактор сезонности, когда многие туристические предприятия работают с оптимальной загрузкой в период с конца мая до конца августа, комплексного подхода к их решению до сих пор не выработано. В статье С.В. Буйдышевой [4] приводится авторская модель районирования территории Республики Алтай в соответствии с параметрами разнообразия и дифференциации рекреационных ресурсов и их возможностями для развития (специализации) отдельных видов туризма.

Целью туристской отрасли Республики Алтай должно стать создание развитого туристского комплекса, соответствующего международным требованиям по уровню его инфраструктурного обустройства, сервисному обслуживанию и организациям индустрии туризма, обеспечивающего, с одной стороны потребности туристов, с другой – высокий уровень налоговых поступлений для осуществления воспроизводственных процессов данного ресурса [4]. Реальным механизмом достижения этой цели является создание в регионе мощных и крупных туристско-рекреационных зон и кластеров, которые бы сформировали постоянно действующую региональную территориально-рекреационную систему. Основой этой модели должны являться крупные туристско-рекреационные предприятия, которым было бы под силу обеспечить не только собственное постоянное и надёжное функционирование в качестве ядер региональной ТРС, но и активно и постоянно ретранслировать во внешнюю среду информацию о возможностях туристско-рекреационных ресурсов региона, обеспечивать его восприятие как единого бренда, аттрактивного для различных групп потенциальных туристов.

Горнолыжный комплекс «Манжерок» как ядро формирующейся региональной ТРС

Одним из первых результатов по воплощению этой задачи, как нам представляется, стало создание всесезонного горнолыжного комплекса «Манжерок» на территории Чема-ло-Катунского рекреационного района, вошедшего в состав ФЦП. Детальное изучение факторов, способствовавших успешности реализации этого проекта позволит оценить перспективы реализации полного комплекса мероприятий по формированию региональной ТРС, учесть положительные и отрицательные моменты этого проекта в дальнейшем процессе её формирования с учётом направлений развития горнолыжной индустрии в мире.

Процесс создания ЗАО «Горнолыжный комплекс «Манжерок»» в рамках механизма государственно-частного партнёрства (ГЧП) подробно рассмотрен в статье Р.Т. Адариной и М.Н. Молодцова [1]. В статье подробно рассматривается этапность реализации проекта этого горнолыжного комплекса, механизмы реализации модели ГЧП, подробно характеризуется модель «декомпозиции объектов системы управления» комплексом, составлена матрица SWOT-анализа проекта ГЧП. Также авторами указанной статьи отмечен целый комплекс маркетинговых проблем и просчётов как на стадии проектирования этого объекта, так и в ходе операционной его деятельности. В статье О.Е. Афанасьева [2], посвящённой типологии и комплексной интегральной оценке кластеров, включённых в указанную выше ФЦП, туристско-рекреационный кластер «Всесезонный горнолыжный, спортивно-оздоровительный комплекс «Манжерок»» отнесён к наивысшему четвёртому типу кластеров, определенных как «Кластеры с наивысшим организационным потенциалом, как правило, имеющие аттрактивную для широкого числа потенциальных потребителей историческую основу, либо мощный искусственный аттрактор, обладающие высокой степенью пространственной, информационной доступности, развивающиеся определенный пе-

риод времени и имеющие значительный потенциал роста». Также отмечено, что доля таких кластеров в общем числе включённых в ФЦП относительно не велика и составляет всего около 19% [2].

Инвестиционный проект горнолыжного комплекса «Манжерок» в Республике Алтай считается крупнейшим проектом в России, являясь при этом ядром туристического кластера юга Западной Сибири [13] и даже всего макрорегиона российского-казахстанско-китайского Алтая [14]. Изначально его создание было направлено на обеспечение круглогодичности туристического потока, загрузки мощностей сопряжённых предприятий туристической отрасли, объектов притрассового сервиса и т.п. На территории Республики Алтай существуют и реализуются и иные проекты горнолыжных центров и кластеров [11], но среди таковых именно комплекс «Манжерок» является наиболее ярким примером успешности подобного проекта.

География и инфраструктура туристского комплекса «Манжерок»

Горнолыжный комплекс «Манжерок» расположен в Майминском районе Республики Алтай, на участке средней и нижней Катунки в 3-х км от с. Манжерок. Комплекс размещён на склонах горы Синюха, представляющей собой хребет длиной до 5,5 км между вершинами Малая Синюха и Большая Синюха. Общая протяжённость по хребту составляет 3,0 км.

В настоящее время осуществлено введение в эксплуатацию первой очереди проекта строительства всесезонного горнолыжного комплекса «Манжерок», которая включает четыре гостиницы, горнолыжные трассы, пляжные зоны на берегу оз. Манжерокского, кресельные подъёмники. Общий объем внебюджетных инвестиций в реализацию проекта составил 2 млрд. 292 млн. руб., затраты бюджета Республики Алтай на реализацию проекта составили 506 млн. руб.³

³ Всесезонный горнолыжный комплекс «Манжерок», Республика Алтай. Концепция / Под рук. ген. дир. Плеханова С.М. М.: ЗАО «Винтеркрафт», 2003. 50 с.



Рис. 2 – Общий вид на горнолыжный комплекс «Манжерок»

Верхняя часть комплекса размещена от вершины Малая Синюха до безымянной вершины за 2,5 км до Большой Синюхи. Территория комплекса захватывает западные, северо-западные и восточные склоны горы, включая оз. Манжерокское, долину под г. Малая Синюха и поляны под восточными склонами. Общая площадь комплекса составляет около 900 га, в т.ч. площадь спортивно-оздоровительной, рекреационной, обслуживающей и жилой инфраструктуры комплекса – 250 га.

Характер рельефа склонов (низкие углы наклона) позволяет проложить сеть горнолыжных трасс от самых лёгких (учебных и детских) до самых сложных, которые рассчитаны на спортсменов. На комплексе представлена возможность устройства простых и пологих трасс для начинающих и неопытных горнолыжников, составляющих большую часть посетителей. Общее количество трасс – 32. В это количество не включены детские трассы горнолыжного «детского сада» и «сноубордпарки». Общая протяжённость трасс составляет 59,5 км, общая площадь – 169,7 га. Из всей площади трасс: а) зелёные – 47,4 га (27,9%); б) синие – 53,7 га (31,6%); в) красные – 48,8 га (28,8%); г) черные – 19,8 га (11,7%). Протяжён-

ность самой длинной трассы составляет 4,0 км. Для каждого лыжника предоставлена возможность выбора комфортных условий катания на участках с разной солнечной освещённостью.

В первые годы существования комплекса имел место определённый избыток самых простых («зелёных») трасс, расположенных на восточном склоне. Развитие других трасс зависит от уровня лыжной квалификации туристов. В связи с растущей популярностью сноуборда созданы специальные склоны «сноубордпарки».

Структура планировки горнолыжного комплекса «Манжерок» на г. Синюха формировалась на каркасе трёх основных принципов, принятых практикой строительства аналогичных объектов:

- предельное сохранение ландшафта и рельефа окружающей природной среды;
- оптимальное обеспечение комфортных условий в районе горнолыжного комплекса («оборудование трасс с сервисом»);
- обеспечение достаточного комплекса услуг по игровому, бытовому, сервисному и досуговому обслуживанию всех категорий посетителей комплекса.



Рис. 3 – Схема инфраструктуры горнолыжного комплекса³

Все трассы комплекса оснащены подъёмниками. Общая их длина составляет 22,1 км, общая производительность равна 23500 чел./час. Основным фактором, который определяет инфраструктуру любого горнолыжного комплекса, а также тип и производительность подъёмников, считается общее количество туристов, одновременно находящихся на горнолыжном комплексе (ёмкость комплекса). В горнолыжном комплексе «Манжерок» ёмкость трасс составляет 4860 чел. В этой цифре отражено количество лыжников, находящееся на трассах, а другая же часть лыжников размещается на подъёмниках, на объектах сервиса и обслуживания и т.д. Поэтому с учётом этого количество туристов на исследуемом комплексе может составлять до 12600 чел.

Помимо горнолыжных трасс, на территории комплекса «Манжерок» организуются множество разных спортивных аттракционов на открытом воздухе, не требующих

от туристов специальной подготовки. Инновационные разработки развлечений на природе с применением систем производства искусственного снега, канатных дорог и т.п., способствуют эффективной работе горнолыжного комплекса.

Зонирование – основа модели сервисных услуг комплекса «Манжерок»

Структурно, на основе анализа рельефа склонов горы Синюха, ландшафта среды и, расположенного в нижней террасе Манжерокского озера весь комплекс планировочно разбит на 4 зоны. Каждая зона имеет свои приоритетные функции и органично взаимосвязана с планировочной структурой комплекса. Система горнолыжных трасс с подъёмниками определена рельефом склонов с выходом их в долину Манжерокского озера. Предусмотренные четыре зоны обеспечивают максимально комфортные условия для всех категорий и возрастных групп занимающихся.

Функционально горнолыжный комплекс «Манжерок» представляет собой систему горнолыжных и лыжных трасс с подъёмниками, обслуживающими помещениями, техническими службами, гостинично-коттеджным комплексом и спортивно-оздоровительными центрами.

Центральное положение занимает вторая зона с въездным паркингом, гостиничным комплексом на 700 мест, горнолыжной «деревней» (сблокированные жилые двухэтажные блоки на 15-40 мест каждый) на 500 мест, спортивно-оздоровительным и фитнес-центрами с бассейнами, теннисными кортами, универсальными спортзалами, ресторанами, барами, игровыми клубными центрами.

Фланирующие вторую зону первая и третья зоны занимают окружающие склон Синюхи долины и развивают жилой и обслуживающие досуговые центры второй зоны. При этом первая зона является в перспективе зоной развития жилого комплекса с возможностью дальнейшего увеличения его вместимости до необходимого.

Объёмно-планировочная структура застройки базируется на основе освоения «полян», идеально подходящих для размещения зданий и сооружений. Принцип малоэтажных построек позволяет оптимально вписаться в рельеф и ландшафт местности. Пластическая выразительность объёмов, их масштаб и архитектура целенаправленно завершают склон гряды Малой и Большой Синюхи, оптимально отвечая ландшафту среды вокруг Манжерокского озера.

Архитектура собственно зданий максимально приближена к масштабу горных поселений с использованием как местных материалов (дерево, камень), так и современных (зеркальные поверхности кровель, стекло, монолитный железобетон)³.

Четвертая зона – зона обратного склона, является зоной перспективного освоения и также органично входит в систему комплекса.

В первую очередь освоения горнолыжного комплекса включают сооружения второй

и третьей зон с 13 трассами. Объектами первой очереди являются трассы беговых лыж, учебные трассы и детские трассы, тюбинг, оз. Манжерокское с прибрежной зоной, летние кафе и станции проката, автостоянка.

Системы туристских услуг и сервисного обслуживания комплекса «Манжерок»

В инфраструктуру горнолыжного комплекса «Манжерок» входит ряд функциональных групп с набором помещений: кассы, раздевалки, прокат, мастерские для ремонта и подготовки снаряжения, лыжная школа (инструктора), горнолыжный «детский сад», рестораны, кафе, бары с залами отдыха склад, вспомогательные помещения, гаражи для снегоуплотнительных машин «Ратраков». Кроме этого – администрация, помещение персонала, медпункт и спасатели. Безопасность туристов является приоритетным условием сервисного обслуживания горнолыжного комплекса.

В составе помещений горнолыжного сервисного центра, расположенного на финишной площадке имеются все функциональные вышеперечисленные группы, также часть проката и мастерских расположены в гостинице. Ресторанный сервис размещён в различных местах комплекса (вершины горы, сервисные центры, гостиницы, места потенциального скопления туристов).

На общее количество 12600 человек для всего комплекса должна быть парковка на 4000 автомашин. Пока же для первой очереди освоения с количеством 6250 человек оборудована парковка на 2000 автомобилей и стоянка автобусов.

Система механического оснежения комплекса, искусственное освещение, «ратраки» – машины для подготовки трасс, оборудование для обеспечения безопасности относятся к специальному инженерно-технологическому обеспечению комплекса. На горнолыжных трассах имеется оборудование для организации проката и прокатное снаряжение.

В летний период работает пляжная зона Манжерокского озера с реверсивной дорогой

для воднолыжных аттракционов. Работают открытые спортивные площадки. Часть горнолыжных трасс может быть использована для прокладки дорожек для горного велосипеда. Трассы беговых лыж также могут использоваться как велосипедные дорожки.

В целях охраны природы и окружающей среды вокруг Манжерокского озера комплекс спроектирован так, чтобы не допустить к озеру большое количество автотранспорта. От парковок туристы могут попасть в любую точку нижней зоны к гостиницам и подъёмникам специальными автобусами или другим внутренним транспортом. Размещение объектов инфраструктуры согласно генерального плана позволяет предоставить возможности комплекса для туристов таким образом, что, поместив свой автомобиль на парковку, по пешеходной дорожке гость комплекса проходит до сервис-центра и т.д.

На сегодняшний день горнолыжный комплекс «Манжерок» является замечательным круглогодичным местом отдыха. Сейчас техническая база комплекса представлена горнолыжными трассами, четырёхместным кресельным подъёмником, бугельным подъёмником, трассой для беговых лыж. В зимнее время предлагается катание на горных и беговых лыжах, сноубордах, сноутюбах. В летнее время практикуются подъёмы на г. Малая Синюха, водные развлечения на Манжерокском озере, рафтинг и моторафтинг, экскурсии на квадроциклах, автобусах.

Сегодня комплекс работает в необходимом объёме. Имеются три мини-гостиницы на 122 места (стандартные номера и студии), которые ценятся туристами за адекватное соотношение цены и качества, (так, например, номера средней ценовой категории характеризуются современным дизайном, наличием бесплатного Wi-Fi, хороших удобств, кухонной зоны и балконов).

Гостиницы размещены на близком расстоянии от подъёмников, есть зоны выката, функционирует детский «Фан-парк». Тюбинговые трассы горнолыжного комплекса

«Манжерок» длиной 160 м имеют вечернее освещение. Все здания отапливаются, и, соответственно, обеспечивается холодное и горячее водоснабжение.

Менее требовательным туристам предлагается благоустроенная гостиница эконом-класса на 20 мест для детских и студенческих групп, расположенная на расстоянии 200 м от кресельного подъёмника. В ней имеются двухместные номера блочного типа. Некоторые номера имеют живописный вид на горнолыжные трассы. К услугам гостей бесплатная охраняемая парковка у каждой мини-гостиницы, также присутствуют удобные открытые автостоянки.

Отдыхающим могут быть предложены услуги проката снаряжения, спортивного инвентаря ведущих производителей (марки «Atomic», «Dynamic» и др.). Работает служба ски-сервиса, в которой профессионалы быстро установят крепления, произведут ремонт снаряжения.

Для проживающих в гостиничном комплексе разработаны специальные условия – скидки на услуги инструкторов, дневные абонементы на подъёмники зимой, летом предлагаются бесплатные подъёмы на канатно-кресельной дороге (например, один подъём каждому проживающему от 2-х суток).

В комплексе имеется медпункт, работает служба профессиональных спасателей. К числу различных услуг относится экскурсионное обслуживание, организация развлекательных мероприятий, например, к разряду необычных развлечений относится регистрация брака молодожёнам на верхней станции кресельного подъёмника, а также караоке, дискотеки, бильярд, настольный теннис. Развлекательная и спортивная часть горнолыжного комплекса пока работает не по полной программе.

В горнолыжном комплексе осуществляется строительство «Верёвочного парка», где будет примерно 20 этапов разного уровня сложности для людей всех возрастов. Новинки последних сезонов на комплексе: катание на собачьих упряжках, снегоходные туры, а в

новогодний период на праздничной верхней станции кресельного подъемника располагается алтайская резиденция Деда Мороза.

Также популярны конные прогулки на лошадях, горные велосипеды, беговые лыжи, практикуется разрешённая охота на маралов, рыбалка, баня. Кроме того, для туристов предлагается организация комплексного питания, прокат мангала, пользование к нему площадками. Работает кафе «Синюха» с узбекской кухней.

Итак, основным преимуществом горнолыжного комплекса «Манжерок» является его монопольное положение на рынке горнолыжных услуг республики; а также умеренная ценовая политика, уникальное географическое положение, наличие трёх подъемников (бугельного, кресельного, детского), наличие отличных трасс для катания как профессиональных лыжников, так и для начинающих, и детей, наличие снегоуплотняющей техники «ратрака» последнего поколения.

Основные проблемы функционирования горнолыжного комплекса «Манжерок»

Не смотря на успешность проекта горнолыжного комплекса «Манжерок» как одного из ядер формирующейся региональной ТРС горнолыжного туризма Республики Алтай, к сегодняшнему дню явно прослеживается и ряд проблем, остро отражающихся на работе комплекса и перспективах его дальнейшего развития.

1) *Проблема сезонности отдыха:* проблема сезонной занятости в горнолыжном комплексе уже сейчас решается с помощью развития широкой сети сервисной службы в горнолыжном центре и на местах (коммунальные услуги, спортклубы, бассейны, кафе, дискотеки, автосервис и пр.), имеющую ориентацию как на туристов, так и на местное население. При этом при дальнейшем развитии горнолыжного комплекса «Манжерок» будут возникать независимые сервисные, торговые и развлекательные предприятия, осуществляться строительство дорог, всё это входит в понятие инфраструктуры горнолыжного

туризма, что даст рабочие места.

2) *Невысокий уровень качества предоставляемых услуг* и неутверждённая до сих пор концепция развития комплекса. Вследствие этого нельзя без проекта вносить изменения в рельеф трасс и инфраструктуру³. В связи с этим по-прежнему основная инфраструктура объектов горнолыжного комплекса расположена в непосредственной близости от склона – сервис-центр, прокат, автостоянка и т.д.

3) *Рост и развитие горнолыжной индустрии* в Республике Алтай на данном этапе будет осуществляться только за счёт увеличения численности туристов в горнолыжном комплексе «Манжерок», который сегодня формируется не очень быстрыми темпами.

4) *Проблема, связанная с качеством трасс*, для решения которой требуется закупка качественного дорогостоящего иностранного оборудования для строительства и содержания горнолыжных трасс.

Полученные результаты. По результатам проведённого исследования можно сделать соответствующие выводы.

1. Республика Алтай имеет множество значительных возможностей для активнейшего продвижения на туристском рынке, обладая при этом великолепным потенциалом для развития почти всех видов туризма.

2. Проведение компетентной политики, направленной на формирование региональной ТРС горнолыжного туризма на основе кластерной модели и механизмов государственно-частного партнёрства. Развитие горнолыжного туризма в Республике Алтай имеет важное значение для возрождения этого депрессивного региона.

3. Развитие горнолыжного комплекса Республики Алтай сдерживается по ряду причин, в основе которых находится ряд объективных причин, связанных с комплектованием рынка внутреннего туризма. Также давно существуют и комплексно не решаются проблемы недостаточной известности региона в плане горнолыжных продуктовых брендов на

внешнем рынке, недостатка туристических продуктов, отвечающих международно принятым нормам, сезонный характер многих турпродуктов, неразвитость туристской инфраструктуры вместе с низким уровнем сервиса.

Для решения проблем развития горнолыжного туризма в России и Республике Алтай в частности, важно осуществлять грамотное государственное регулирование этого направления как области экономики, одним из эффективных механизмов которого является модель государственно-частного партнёрства при проектировании и создании туристско-рекреационных кластеров. Ярким примером такого механизма является всесезонный

горнолыжный комплекс «Манжерок». Горнолыжные базы Республики Алтай находятся в стадии становления, поэтому рынок горнолыжной индустрии республики в принципе свободен, и его можно охарактеризовать как стабильно-развивающийся. Это создаёт прекрасную основу для проектирования уникальной региональной территориальной рекреационной системы горнолыжного туризма, что, в свою очередь, способно позволить выявить новые направления развития территориальной рекреационной системы региона, повысить конкурентоспособность его туристских территорий, привлечь большее количество групп отдыхающих.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Адарина Р.Т., Молодцов М.Н.** Маркетинг в системе частногосударственного партнёрства (на примере горнолыжного курорта «Манжерок») // Теория и практика общественного развития. 2013. №10. С. 338-342.
2. **Афанасьев О.Е.** Типология туристских кластеров, включённых в ФЦП «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации» // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. №1. С. 37-46. DOI: 10.12737/17782.
3. **Бойко А.Е.** Республика Алтай: территория мультиатрибутивного туризма // Развитие территорий. 2016. №1(4). С. 88-92.
4. **Буйдышева С.В.** Основы формирования рекреационных зон республики Алтай // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2007. №1. С. 144-148.
5. **Гуриева Л.К., Созиева З.И.** Туристический кластер региона: проблемы и перспективы создания // Региональная экономика: теория и практика. 2009. №22(115). С. 72-80.
6. **Демина Е.И., Гатаулина О.В.** Развитие оздоровительного туризма в Алтайском крае и Республике Алтай за период 2004–2014 гг. // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. 2015. №1. С. 284-287.
7. **Джабарова Н.К., Яковенко Э.С., Сидорина Н.Г., Коханенко А.А.** Региональное освоение природных ресурсов Горного Алтая для курортно-рекреационной отрасли Республики Алтай // Региональные проблемы. 2014. №2. С. 49-54.
8. **Дзагоева Е.А.** Пространственно-временная трансформация туристских центров в Алтайском регионе // Вестник КемГУ. 2015. №2-7(62). С. 38-42.
9. **Дорожков Н.Д., Купчинская Ю.А.** Развитие государственно-частного партнёрства в сфере туризма // Бизнес-образование в экономике знаний. 2016. №2(4). С. 21-24.
10. **Колупаева И.В.** К вопросу использования термина «туристская инфраструктура» // Наука и туризм: стратегии взаимодействия: Сб. статей / Под ред. А.Г. Редькина. 2017. Вып.6(4). Барнаул: Изд-во Алт.ун-та, 60 с.
11. **Ларин Е.В.** Горный Алтай на пороге большого туристского будущего // ЭКО. 2012. №9(459). С. 24-32.

12. **Маринин А.М., Самойлова Г.С.** Физическая география Горного Алтая. Барнаул: Изд-во БГПИ, 1987. 110 с.
13. **Мекуш Г.Е., Ушакова Е.О.** Кластерный подход в развитии сибирских регионов // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2017. №2. С. 3-7.
14. **Молдажанов М.Б., Пуричи В.В.** Состояние и роль санаторно-курортной системы российско-казахского Алтая в оздоровлении населения // Экономика. Профессия. Бизнес. 2018. №2. С. 75-82.
15. **Преображенский В.С.** Теоретические основы рекреационной географии. М.: Наука, 1975. 223 с.

Vera A. BYKOVA ^a

Irina V. KOLUPAEVA ^b

Nadezhda N. PRAZDNIKOVA ^c

^{a-c} Altai State University (Barnaul, Altai Krai, Russia);

^a PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: bva.geo78@mail.ru

^b Senior Lecturer; e-mail: irina.kolupaeva@rambler.ru

^c PhD in Geography, Associate Professor;

e-mail: Prazdnikovann@rambler.ru

THE SKI COMPLEX «MANZHEROK» IN THE REGIONAL SYSTEM OF TOURISM AND RECREATION IN THE REPUBLIC OF ALTAI

Keywords:

mountain-skiing tourism,
a mountain-skiing complex,
tourist infrastructure,
territorial recreational system,
domestic tourism,
tourist cluster,
all-season mountain-skiing
complex "Manzherok"

Recreational geography in studying the tourist activity bases on the theory of territorial recreational system, developed by school Professor V. S. Preobrazhensky. The newest approaches to territorial planning for the tourism development in Russia are based on a cluster approach and the principles of public-private partnership. In the article, the cluster model of the tourism sector organization is understood as the most important core component of the regional territorial recreational system. The general principles of organizing TRS are illustrated by the case of ski tourism on the territory of the Altai Republic. Regional TRS of ski tourism in the Altai Republic is in the process of active formation. The powerful tourist complexes, territorial clusters, should become the cores of this system. The article discusses the case of creating such an enterprise - the all-season ski complex "Manzherok" in Chermal-Katunsky recreation area. The authors study geography and infrastructure of the cluster, consider approaches to the complex zoning as the basis for the model of tourist services and service, highlight the main problems of the Manzherok ski complex functioning.

The work is based on the author's research results of the conditions for the ski tourism development in Altai region.

References

1. **Adarina, R. T., & Molodtsov, M. N.** (2013). Marketing v sisteme chastnogosudarstvennogo partnerstva (na primere gornolyzhnogo kurorta «Manzherok») [Marketing in the public-private partnership system (Case study of the "Manzherok" ski resort)]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Social Development: Theory and Practice]*, 10, 338-342. (In Russ.).
2. **Afanasiev, O. E.** (2016). Tipologiya turistskih klasterov, vkluchjonyh v FCP «Razvitie v'ezdno go i vnutrennego turizma v Rossijskoj Federacii» [Typology of tourism clusters, included in federal target program «Development of inbound and domestic tourism in the Russian Federation»]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service & Tourism: Current Challenges]*, 1, 37-46. (In Russ.).

3. **Boyko, A. E.** (2016). Respublika Altaj: territorija mul'tiatributivnogo turizma [Altai Republic: territory of multiattributive tourism]. *Razvitie territorij [Territorial Development]*, 1(4), 88-92. (In Russ.).
4. **Bujdysheva, S. V.** (2007). Osnovy formirovaniya rekreacionnyh zon respubliki Altaj [Basics of creating the recreational zones of the Altai Republic]. *Interjekspo Geo-Sibir' [Interexpo Geo-Siberia]*, 1, 144-148. (In Russ.).
5. **Gurieva, L. K., & Sozieva, Z. I.** (2009). Turisticheskij klaster regiona: problem i perspektivy sozdaniya [Tourism cluster of the region: problems and prospects of creation]. *Regional'naja ekonomika: teorija i praktika [Theory and Practice Regional economy: theory and practice]*, 22(115), 72-80. (In Russ.).
6. **Demina, E. I., & Gataulina, O. V.** (2015). Razvitie ozdorovitel'nogo turizma v Altajskom krae i Respublike Altaj za period 2004–2014 gg. [Development of health tourism in the Altai Krai and the Altai Republic for the period 2004–2014]. *Zdorov'e – osnova chelovecheskogo potenciala: problemy i puti ih reshenija [Health is the basis of human potential: problems and their solutions]*, 1, 284-287. (In Russ.).
7. **Dzhabarova, N. K., Jakovenko, Ye. S., Sidorina, N. G., & Kohanenko, A. A.** (2014). Regional'noe osvoenie prirodnyh resursov Gornogo Altaja dlja kurortno-rekreacionnoj otrasli Respubliki Altaj [Using of natural resources for the resort and recreational development in mountainous Altai]. *Regional'nye problemy [Regional problems]*, 2, 49-54. (In Russ.).
8. **Dzagoeva, E. A.** (2015). Prostranstvenno-vremennaja transformacija turistских centrov v Altajskom regione [Existential transformation of the tourist centers in Altai Region]. *Vestnik KemGU [Bulletin of KemsU]*, 2-7(62), 38-42. (In Russ.).
9. **Dorozhkov, N., & Kupchinskaya, Yu.** (2016). Razvitie gosudarstvenno-chastnogo partnjorstva v sfere turizma [Development of the public-private partnership in the tourism sphere]. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy [Business Education in the Knowledge Economy]*, 2(4), 21-24. (In Russ.).
10. **Kolupaeva, I. V.** (2017). K voprosu ispol'zovaniya termina «turistskaya infrastruktura» [On the use of the term "tourist infrastructure"]. *Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya [Science and tourism: strategies of interaction]: Collection of articles.* Barnaul: Publishing house Altai University. (In Russ.).
11. **Larin, E. V.** (2012). Gornyj Altaj na poroge bol'shogo turistskogo budushhego [Mountain Altai on the threshold of a big tourist future]. *EKO [ECO]*, 9(459), 24-32. (In Russ.).
12. **Marinin, A. M., & Samoilova, G. S.** (1987). *Fizicheskaya geografiya Gornogo Altaya [Physical geography of Gorny Altai]*. Barnaul: publishing house of BSPI. (In Russ.).
13. **Mekush, G. E., & Ushakova, E. O.** (2017). Klasternyj podhod v razvitii sibirskih regionov [Cluster approach in the development of the Siberian regions]. *Interjekspo Geo-Sibir' [Interexpo Geo-Siberia]*, 2, 3-7. (In Russ.).
14. **Moldazhanov, M. B., & Purichi, V. V.** (2018). Sostojanie i rol' sanatorno-kurortnoj sistemy rossijsko-kazahskogo Altaja v ozdorovlenii naselenija [Role of the sanatorium system of the Russian-Kazakh Altai in population healthcare improvement]. *Ekonomika. Professija. Biznes [Economy. Profession. Business]*, 2, 75-82. (In Russ.).
15. **Preobrazhensky, V. S.** (1975). *Teoreticheskie osnovy rekreacionnoj geografii [Theoretical bases of recreational geography]*. Moscow: Nauka. (In Russ.).

Быкова В.А., Колупаева И.В., Праздникова Н.Н.
Горнолыжный комплекс «Манжерок» в структуре региональной туристско-рекреационной системы Республики Алтай // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 112-124.
DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10109.

Bykova, V. A., Kolupaeva, I. V., & Prazdnikova, N. N.
(2019). The ski complex «Manzherok» in the regional system of tourism and recreation in the Republic of Altai. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 112-124. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10109. (In Russ.).

ЩЕРБАКОВА Надежда Васильевна

Донской государственный технический университет, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) (Шахты, Ростовская обл., РФ); кандидат технических наук доцент; e-mail: navasherbakova@mail.ru

ЖДАНОВА Ольга Витальевна

Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) им. М.И. Платова, Шахтинский автодорожный институт (филиал) (Шахты, Ростовская обл., РФ); кандидат технических наук, доцент; e-mail: o.zhdanova@mail.ru

Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации

Предметом исследования является продвижение туристской дестинации на примере Ростовской области. Тема исследования актуальна, потому, что сегодня туристская дестинация является основным элементом туристской системы. Туристская дестинация выступает в роли одной из наиболее значимых составляющих в туристской системе, в связи с тем, что сами туристские дестинации и их стиль привлекательны для путешественников, мотивируют визит, и таким образом, активизируют всю туристскую систему. Гипотеза научного исследования предполагает возможность активизации продвижения туристской дестинации Ростовской области через её гастрономическую идентичность. Теоретическую и методологическую основу исследования составляет системный подход к изучению гастрономической идентичности как инструмента продвижения туристской дестинации. В работе применено online-анкетирование для изучения предпочтений респондентами видов туров в Ростовской области. В работе использованы научные труды учёных и специалистов в области гастрономической идентичности на рынке туристских услуг. Информационную базу исследования составили материалы периодических специальных изданий, результаты проведённых аналитических исследований. Научная новизна выводов и результатов исследования состоит в практическом подходе к продвижению туристских дестинаций через гастрономическую идентичность. Гастрономический туризм быстрыми темпами развивается во всем мире, зарождаются новые направления, становятся популярными турпоездки для гурманов – популярность изучения кулинарной культуры влияет на этот вид туризма и способствует его продвижению. Предпосылки к развитию гастрономического туризма имеют все страны и это отличительная характерная черта данного вида туризма. Гастрономический туризм выступает в роли составляющего элемента всех туров. Но главной отличительной особенностью от остальных видов туризма является то, что знакомство с национальной кухней выступает главным мотивом, целью

Ключевые слова:
гастрономическая идентичность, дестинация, туризм, исследование, предприятие, общественное питание, путешествие, услуга, сервис, продукт

и элементом гастрономического путешествия. Гастрономическая идентичность дестинации зависит от экономических и климатических условий региона, экологизации сельского хозяйства, религиозной принадлежности этнической группы. В результате исследования установлено, что гастрономический туризм в Ростовской области необходимо развивать на основе следующих составляющих: гастрономических туров, маршрутов, экскурсий; предприятий общественного питания, предлагающих блюда национальных кухонь; кулинарных мастер-классов; гастрономических фестивалей, ярмарок, выставок продуктов питания. Результаты исследования представляют интерес для туристических фирм, предприятий общественного питания, предприятий производителей продуктов питания. Предполагается продолжить исследование эффективности гастрономической идентичности как инструмента продвижения туристской дестинации.

Туристская дестинация выступает основным элементом туристской системы. Она характеризуется как центр (территория) с разнообразными удобствами, средствами сервиса и услугами для обеспечения разнообразных потребностей туристов. Слово «дестинация» в переводе с английского означает «местонахождение; место назначения». Понятие «туристская дестинация» было введено Нейлом Лейпером в 1979 году, профессором Мейсенского университета (г. Окленд, Новая Зеландия) [1].

Туристские дестинации рассматриваются исследователями как отличные по размерам территориальные образования - континенты, страны, регионы, территориальные образования, курорты и даже самостоятельные аттракции, которые выбирают туристы как пункт назначения своего путешествия. В рамках этого направления туристскую дестинацию рассматривают в своих работах российские и зарубежные авторы.

Н. Лейпер даёт определение туристской дестинации как региона туристического назначения, который привлекает туристов для временного пребывания и особенности, способствующие такой привлекательности (аттракции) [2]. В. Альтхоф также обозначает туристскую дестинацию местом назначения или целевым регионом (места для прогулок, снаряжения для проведения свободного време-

ни, коммуны, регионы и прочее) [3]. С. Медлик дополняет определения Н. Лейпера и В. Альтхофа и под туристской дестинацией предлагает понимать места назначения туризма – страны, регионы, города и другие области, привлекающие туристов и выступающими основными местами туристической деятельности (как правило, занимают большую часть времени и расходов туристов), и он выделяет три фактора, отличающие туристскую дестинацию от территории: доступность, аттракции и удобства [4].

Дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов. Отличительной особенностью «дестинации» от «туристского центра», «туристского направления» служит целостность всех её частей, которые в комплексе делают её схожим с товаром или продуктом, качеством которого можно управлять, продвигать и продавать. Дестинация предполагает под собой культурную ценность: гости должны находить её привлекательной и стоящей времени и денег, затраченных на путешествие. Дестинация неразделима, то есть туристский продукт потребляется там, где он производится, и, чтобы его опробовать, туристы должны физически находиться в дестинации. Процессы производства и потребления туристского продукта

схожи не только в пространстве, но и во времени, поэтому, сезонность дестинации считается наиболее важной проблемой, так как снижает их доходность и делает неэффективными с точки зрения использования основных средств [4].

Территория может быть дестинацией при наличии определённых условий:

–отели, предприятия общественного питания, развлекательные центры и мероприятия, с высоким уровнем сервиса и высококоразвитой транспортной системой;

–достопримечательности интересные для туристов (один из факторов привлечения туристов на территорию дестинации);

–информационные и коммуникационные системы (незаменимый способ информирования туристского рынка о дестинации) [5].

Для каждой дестинации характерны индивидуальные отличительные особенности:

–дестинация имеет туристский ресурсный потенциал;

–современная туристская дестинация представляет управляемую систему, имеющую органы государственного и общественного управления, которые определяют совокупную политику развития, формирует инвестиционный климат, регулирует критерии перемещения туристских потоков;

–дестинация имеет культурную значимость;

–дестинация неделима (туристский продукт потребляем там, где он произведён);

–сервисы и удобства дестинации могут использоваться не только туристами, но и местными жителями;

–продукция дестинации имеет важное значение в социально-экономическом развитии территории, т.е. туризм выступает в роли важного экономического фактора областной экономики [5].

В настоящее время в мире интерес к гастрономическим брендам туристских дестинаций стал явно выраженной тенденцией. Город с успешным брендом – это товар на рынке территорий, обладающий значительными

конкурентными преимуществами, так как бренд отражает его уникальность и неповторимость, обеспечивает направленное позиционирование города в числе аналогичных [6].

Интерес к гастрономии обоснован стремлением туристов через потребление гастрономических услуг лучше понять специфику и характерные свойства туристской дестинации, разнообразить и углубить впечатления от её посещения. Гастрономия – это туристский ресурс территории. Гастрономия, как культурное достояние, даёт возможность приобрести уникальный туристский опыт, в связи с тем, что позволяет отразить характер и менталитет местного населения; она впитывает в себя мифы, сказки, местную историю, традиции, религиозные особенности и др. [7].

Гастрономический фактор играет важную роль в создании туристских предпочтений отдельных дестинаций. Например, классификация видов туризма, предложенная Hall, Mitchell and Sharples. В её основе – значимость гастрономического компонента при создании разных видов туризма [7]:

1) «Туризм гурманов» – посещение определенных ресторанов, рынков, винных погребов.

2) «Кулинарный туризм» – посещение фестивалей еды, ресторанов.

3) «Путешествие и туризм» – невысокий интерес или даже его отсутствие к гастрономическому фактору (посещение ресторанов только потому, что во время поездки требуется употреблять пищу).

Признавая значение гастрономического фактора для развития различных видов туризма, Гордин В. и Трабская Ю. разработали классификацию по видам туризма [8]:

1) Профессиональный или образовательный гастрономический туризм – туризм для специалистов, приезжающих в страну для обучения по специальным программам сомелье и шеф-поваров.

2) Туризм, нацеленный на гурманов, гастрономических эстетов – главный и исключительный мотив таких путешествий – гастроно-

мический туризм. Особую ценность представляет исключительно кухня страны, конкретный ресторан или даже определенное блюдо. Культура, история страны не интересуют либо мало интересуют гурманов.

3) Креативный туризм – чётко определяется гастрономическая комплекующая, туристы самовыражаются через кулинарные способности и готовы объединяться по этому признаку.

4) Туризм, ориентированный на любителей конкретных видов кухни, с различной формой углубления в другие формы туристской активности.

5) Гастрономический туризм – туристы, интересуются местной кухней только лишь как элементом национальной (региональной) культуры. Гастрономия важна для этих туристов вкпе с другими компонентами путешествия (природой, традициями, достопримечательностями).

Гастрономический туризм рассматривается как инструмент межкультурного взаимодействия, уважения к культурному разнообразию, наравне с языком, религией. Объектами гастрономического туризма выступают:

1) Страны, кухня которых наиболее известна по всему миру (Китай, Франция, Италия, Япония, Испания).

2) Регионы, имеющие известность благодаря продуктам, которые производятся в данной дестинации. Например, такие регионы Франции как Бордо, Эльзас, Бургундия, Шампань, входящие в классификацию Appellation d'Origine Controle (название продуктов по месту их производства) известны своими винами.

3) Нарекаемые, «ресторанные города» – наличие учреждений представляющих разнообразные виды гастрономии, направлений и форматов. Например, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токио, Рим, Гонконг, Барселона и др.

4) Отдельные рестораны, которые выделяются качеством и эксклюзивностью кухни, необычным меню или же с присвоенным статусом «лучших» (например, обладатели трёх звёзд ресторанного гида «Мишлен»: «Ла

Пергола» в Риме, Италия, «Фэт Дак» в городе Брей, и др.).

5) Предприятия, прославленные кулинарными продуктами. Например, самая большая в мире фабрика по производству шоколада «Альпрозе» в Швейцарии и известные монастырские пивоварни «Андекс» и «Эталь» в Верхней Баварии, Германия.

6) Учреждения, которые предоставляют образовательные услуги по направлениям кулинарии и гастрономии. Например, Французская академия кулинарного искусства «La Cordon Bleu», Высшая школа итальянской кухни (Italian Cuisine High School) [9].

Гастрономические туры позволяют посетить разнообразные кулинарные фестивали, праздники и ярмарки. Основные направления гастрономического туризма приведены на рис. 1.

Тур по сельской местности – временное нахождение туристов в сельской местности с целью дегустации местной кухни и продуктов, изготавливаемых в этом регионе, а также может дополняться участием в сельскохозяйственных работах. Обязательный фактор – фонды размещения туристов должны располагаться в сельской местности или маленьких городах без многоэтажной застройки. Данные туры увлекательны не только гастрономической компонентой, но и предоставлением возможности через пищу, продукты углубиться в повседневную жизнь местных людей, узнать их традиции, повадки, режим, диковинные и малопонятные представителям другого языка и культуры [10].

Ресторанный тур – путешествие, включающее посещение наиболее известных и популярных ресторанов, отличающихся высоким качеством, эксклюзивностью кухни, национальной направленностью. Первое место среди «ресторанных» городов занимает Париж – столица моды и в кулинарном смысле тоже. Поход по заведениям знаменитых рестораторов – Алена Дюкасса, Мишеля Труагро, Пьера Гарнье и других, вереница ресторанов высокой кухни со звёздами ресторанного гида «Мишлен», рестораны при легендарных отелях.

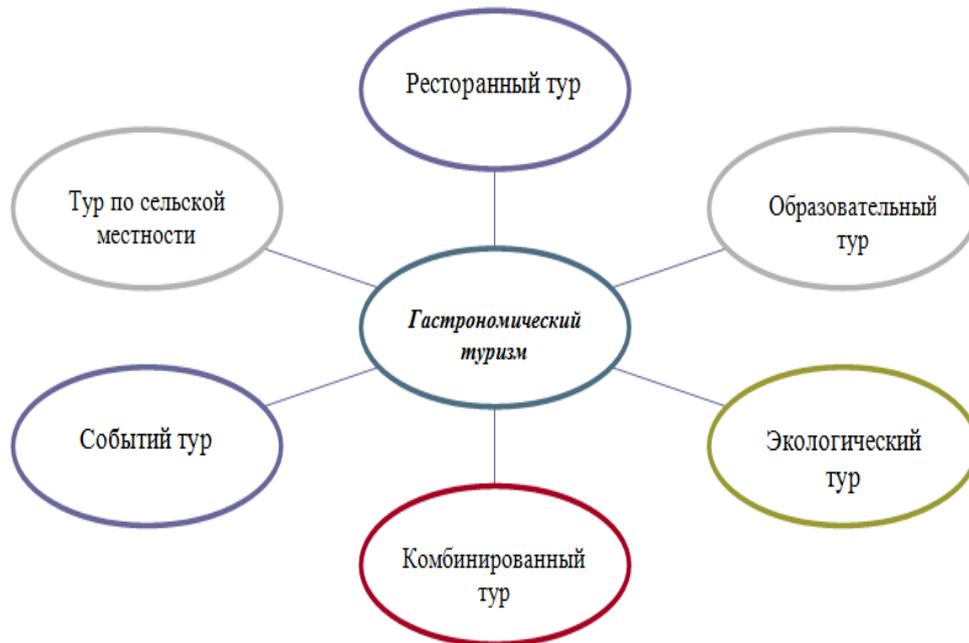


Рис. 1 – Направления гастрономического туризма (сост. по [10])

Образовательный тур – это поездка, целью которой выступает обучение в специализированных образовательных учреждениях с кулинарной квалификацией, а также курсов и мастер-классов. Например, знаменитая французская кулинарная школа «Le Cordon Bleu» объединённо с отелем «Four Seasons Hotel George V» предлагает программу под названием «Открытие французской кухни» – пять ночей в парижском паласе с пятидневными кулинарными курсами в самой школе.

Экологический тур – тур, который включает экскурсии по экологически чистым хозяйствам и производствам, знакомство с экологически чистыми, биопродуктами и их производством.

Событийный тур направлен на посещение территории с целью принятия участия в общественных и культурных событиях с кулинарной тематикой: выставки, ярмарки, шоу, фестивали, праздники.

Комбинированный тур сочетает в себе все вышеупомянутые направления. Такие путешествия подходят для туристов «со стажем», тех, кто ранее был знаком с гастрономией той или местности, в противном случае тур может быть информативно перенасыщен [10].

Основные факторы, определяющие гастрономическую культуру региона (по [11]):

- экономические условия региона;
- климатические условия региона;
- экологизация сельского хозяйства;
- религиозная принадлежность этнической группы.

Гастрономической идентичностью региона считается комплекс отличительных черт существующих в нем гастрономических культур и придающих ему определенную исключительность наравне с другими регионами.

Гастрономическая идентичность представляется (по [11]):

- формами существующих гастрономических традиций;
- особенностями функционирования агропромышленного комплекса;
- особенностями организации пищевой промышленности;
- технологиями приготовления пищи;
- технологиями подачи пищи;
- технологиями потребления пищи.

Сегодня в Ростовской области наблюдается значимый подъем в сфере гастрономического туризма. Ежегодно проводятся новые гастрономические фестивали. Ростовская об-

ласть одна из наиболее привлекательных территорий гастротуризма. В 2017 году область в числе первых вошла в состав «Гастрономической карты России». По данным туристского портала Ростовской области, в данном регионе на 2016 год насчитывалось 268 туристических компаний¹. Только 25% турфирм предоставляют гастрономические туры в различные страны, а также в некоторые регионы России. Гастрономические туры по Ростовской области редкое явление, так как данное направление является новым для туристского рынка Ростовской области.

В целях определения спроса на предложения гастрономического характера для Ростовской области было проведено online-анкетирование, в котором приняли участие 165 человек, выборка случайная. Анкета была размещена в социальных сетях («Вконтакте», «Одноклассники»). Половозрастная характеристика респондентов: 56% опрошенных – женский пол, 44% – мужской пол. Возрастные группы респондентов: 18-25 лет – 36%, 26-35 лет – 16%, 36-45 лет – 18%, младше 18 лет – 18%, старше 45 лет – 12%. Относительно места проживания респондентов результаты исследования показали, что 65% опрошенных проживают в Ростовской области, 35% опрошенных проживают в других регионах России (15% – Краснодарский край, 8% – Волгоградская область, 7% – Ставропольский край, 5% – Московская область).

Предпочитаемые респондентами виды туров показаны на рис. 2.

Проявили интерес и отправились бы в гастрономический тур по Ростовской области 58% респондентов. Составляющие гастрономического тура, заинтересовавшие респондентов: особенности национальной кухни вызвали интерес у 28% опрошенных; экскурсия

по предприятиям общественного питания интересна 21% респондентов; 17% – за дегустацию блюд, 11% – отметили кулинарные мастер-классы, 9% – экскурсии по местам производства продуктов питания, 8% опрошенным было бы интересно в рамках тура посетить гастрономический фестиваль, 6% респондентов интересны сопутствующие культурные мероприятия – дополнительные экскурсии, развлечения (рис. 3).

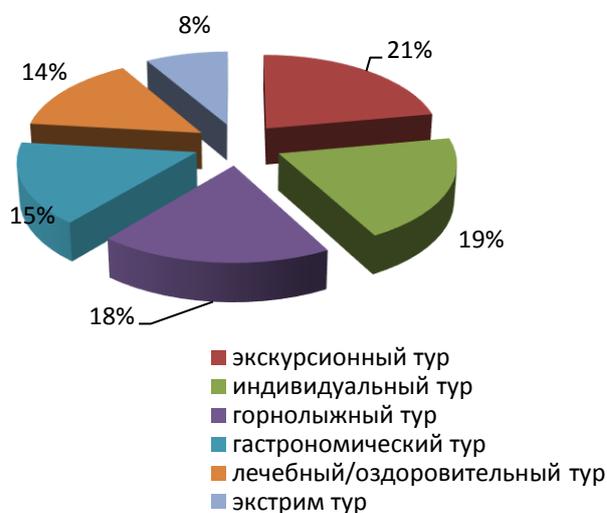


Рис. 2 – Предпочитаемые респондентами виды туров



Рис. 3 – Составляющие гастрономического тура, интересующие респондентов

¹ Динамика основных показателей туристской отрасли Ростовской области за 2014-2016 годы по результатам исследований, проведённых в 2017 году. URL: <http://www.donland.ru/Donland/Pages/View.aspx?pageid=124053&mid=128713&itemId=127355> (Дата обращения: 26.09.2018).

Востребованность гастрономического туризма обусловила разработку рекомендаций для продвижении туристской дестинации Ростовской области.

Ростовская область имеет достаточный потенциал для развития гастрономического туризма. Данное направление является инновационным для данного региона, да и для России в целом. Управление по туризму Ростовской области, общественные туристские

организации, туристские предприятия ведут активную деятельность по развитию гастрономического туризма и признают его перспективным направлением.

В Ростовской области ежегодно составляется «Календарь событий Ростовской области с гастрономической составляющей»².

Для туристических фирм региона разработан «Календарь гастрономических событий Ростовской области на 2019 год» (табл. 1).

Таблица 1 – Календарь гастрономических событий Ростовской области на 2019 год²

Дата проведения	Место проведения	Название фестиваля и его некоторые особенности
4 – 6 января 2019 г.	г. Ростов-на-Дону	Рождественский фестиваль – это гастрономическая, ремесленная ярмарка, с целью сохранения и восстановления ярмарочных традиций России. Областной «Город мастеров»
3 февраля		«Сыр, вино и джаз» – выставка-ярмарка винодельческой продукции и сыров местных производителей. Областной «Город мастеров»
февраль		Гастрономическая ярмарка «Эльбүзд» – гости могут попробовать и приобрести продукцию донских производителей (вино, мясные и сырные деликатесы, шоколад ручной работы и много других продуктов). Организовано барбекю. Областной «Город мастеров»
13 мая	г. Новочеркасск	Фестиваль уличной еды – гриль-меню, стрит-фуд, изысканные эксперименты и новые вкусовые сочетания, блюда донской кухни. Областной «Город мастеров»
Май-июнь	г. Таганрог	Гастрономический фестиваль «Еда. Улица. Цветы» – выставка-ярмарка продуктов и блюд донских производителей. Областной «Город мастеров»
С мая по сентябрь	г. Ростов-на-Дону	Гастрономический фестиваль «Foodmarket» – гастрономический социально-просветительный фестиваль предприятий. Областной «Город мастеров»
июнь	станция Багаевская	День багаевского огурца – продовольственная ярмарка-праздник донских фермеров и предприятий. Областной «Город мастеров»
Июнь	г. Ростов-на-Дону	Стритфуд фестиваль «Гастрономическая карта России» (Welcome FoodBall Cup) – знакомство с локальной кухней Донского края. Областной «Город мастеров»
6 июля	хут. Курган Азовский р-н	«Донская уха» – гостей ждут вкусные рыбные блюда по рецептам казаков, концертная программа, спортивные соревнования.
25 августа	г. Ростов-на-Дону	«Место теста» – фестиваль, на котором представлены блюда Ростовских кафе и ресторанов. Организована территория для отдыха, танцев и развлечений, сцена для концерта. Областной «Город мастеров»
8 октября		Гастрономический фестиваль «Сделано на Дону»; конкурс «Кто успел – тот и съел».
21-22 октября		Гастрономический фестиваль «Ферма» -представлена продукция местных фермеров, крупных агрохолдингов, торговых домов.
19 мая	хут. Пухляковский Усть-	«День селедки» проводится в археологическом комплексе «Затерянный мир» – это веселый познавательный фестиваль для любителей донской рыбалки. Областной «Город мастеров»
28 сентября	Донецкий р-н	Фестиваль «Донская лоза» – фестиваль донского виноградарства и виноделия, ярмарка сельхозпродукции, развлекательная программа. Областной «Город мастеров»
4 ноября	г. Ростов-на-Дону	Дон гостеприимный – проводится в честь празднования дня народного единства. В рамках праздничного мероприятия донские товаропроизводители и рестораторы представляют широкий спектр готовой продукции. Все желающие могут приобрести и попробовать приготовленные на фестивале плов, шашлык, бургеры, курники, пельмени, вареники, свежую выпечку и другие кондитерские изделия. На фестивале организованы реализация сувенирной продукции и выступления творческих коллективов

² По данным: «Календарь событий Ростовской области с гастрономической составляющей». URL: <http://zppdon.ru/news/10212> (Дата обращения: 25.10.2018).

Предприятиями и производствами продуктов общественного питания Ростова-на-Дону и других городов Ростовской области организовываются гастрономические программы, предусматривающие дегустации и мастер-классы по приготовлению традиционных и оригинальных блюд. В рамках развития гастрономического туризма в Ростовской области предлагается проводить гастрономические экскурсии на следующие предприятия:

1) ООО «Фирма «Аква-Дон». Экскурсанты могут побывать на территории предприятия по изготовлению минеральных и питьевых вод «Аксинья» и «Иверская», узнать историю завода, увидеть действующие скважины, полный процесс производства продукции от выдувания бутылки, розлива воды, до упаковки. Для посетителей компании предлагается дегустация воды за сладким столом.

2) Лицей кулинарного искусства. Новый Музей общественного питания основан в 2006 г. Донской гильдией кулинаров. Экскурсанты могут увидеть большое количество интересных экспонатов (например, большой 50-литровый самовар, старинная посуда), узнать, что из себя представляет «рыбный день» и кто кормил гостей Московской Олимпиады. Для гостей проводится дегустация лакомых пирожков.

3) Завод «КОКА-КОЛА». Современный завод оснащён наиболее эффективным оборудованием, расположен на территории Азовского района. Гости могут заглянуть в нетрадиционный музей, собравший всевозможные варианты бутылочек и банок, в которые разливают газированный напиток, увидеть фильм о создателях Кока-Колы, проследить весь процесс изготовления напитков: Nestle, Sprite и Coca-Cola, увезти с собой вкусный сувенир.

4) Детская кулинарная мастерская». На уроки мастерства приглашает ресторан «Дворянский дом», который расположен в хуторе Большой Лог Аксайского района. Дети и их родители научатся делать десерты, пиццу, салаты и другие блюда, ориентироваться в ингредиентах, рисовать шоколадом. Молодые

мастера смогут узнать историю кухни народов мира.

5) Ростовский Комбинат Шампанских вин. Экскурсанты посетят различные цеха завода: приёмки виноматериалов, биохимические цеха, розлива готовой продукции, на складе; ознакомятся с донскими мастерами-виноделами, все желающие приглашаются на дегустацию фирменной продукции предприятия, а также приобрести её по выгодной цене.

6) ОАО Пивоваренная компания «Балтика». Экскурсия сопровождается занимательным рассказом о пиве, технологии его производства, фактах из истории пенного напитка и нашего предприятия. Экскурсанты смогут посетить рабочие цеха, которые оснащены по последнему слову техники, и получить представление о мировых технологиях в области маркетинга, менеджмента и производства. Дополнительно проводится дегустация продукции компании. Данные экскурсии вводят экскурсантов в производственный процесс предприятий, изготавливающих продукцию для рынка Ростовской области. В рамках экскурсий проводятся мастер-классы и дегустации продуктов питания.

Подводя итог, можно сделать вывод, что в настоящее время туристская дестинация является основным элементом туристской системы, в связи с тем, что сами туристские дестинации и их стиль привлекательны для путешественников, мотивируют визит, и активизируют всю туристскую систему. Результаты исследования свидетельствуют о возможности активизации продвижения туристской дестинации Ростовской области через её гастрономическую идентичность. Результаты on-line анкетирования для изучения предпочтений респондентами видов туров в Ростовской области показали, что гастрономические туры по Ростовской области интересны большинству респондентов. Гастрономический туризм в Ростовской области необходимо развивать с помощью следующих составляющих: гастрономических туров, маршрутов, экскурсий; предприятий общественного питания, предла-

гающих блюда национальных кухонь, кулинарных мастер-классов; гастрономических фестивалей, ярмарок, выставок продуктов питания. Разработанные рекомендации в продви-

жении туристской дестинации через гастрономическую идентичность Ростовской области является перспективным направлением развития туризма.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. **Кирьянова Л.Г.** Туристская дестинация как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник КемГУ, 2012. Т.4. №1. С. 131-136.
2. **Гончарова Н.А.** Развитие туристской дестинации. Ольборг: Ольборгский ун-т, 2010. 152 с.
3. **Рассохина Т.В.** Менеджмент туристских дестинаций. М.: Сов. спорт, 2014. 248 с.
4. **Морозов М.А., Войт М.Н.** Теоретико-экономическое содержание понятия «туристская дестинация» // Вестник Российского нового университета. 2013. №2. С. 188-195.
5. **Морозов М.А.** Туристские дестинации и закономерности их развития: Монография. М.: МИГМТ, 2005. 155 с.
6. **Кирьянова Л.Г.** Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. М.: Феникс, 2011. 409 с.
7. **Похлебкин В.В.** Из истории русской кулинарной культуры. М.: Центрполиграф, 2016. 540 с.
8. **Шимановский В.Ф., Ганопольский В.И.** Питание в туристском путешествии. М.: Профиздат, 2015. 176 с.
9. **Субботина Е.В.** Организация питания туристов. М.: МИИР, 2016. 211 с.
10. **Чудновский А.Д., Жукова М.А.** Управление индустрией туризма России в современных условиях. М.: КНОРУС, 2012. 416 с.
11. **Сильчева Л.В., Балынин К.А.** Гастрономическая идентичность региона. Сущность и практическое значение // Естественные и математические науки в современном мире: Сб. ст. по матер. XXXII междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2015. №7(31).

Nadezhda V. SHERBAKOVA^a,
Olga V. ZHDANOVA^b

^a *Institute of Service Sector and Entrepreneurship (branch) of Don State Technical University (Shakhty, Rostov Region, Russia); PhD in Engineering, Associate Professor; e-mail: navasherbakova@mail.ru*

^b *Shakhty Road Institute (branch) of M. I. Platov South-Russian State Polytechnic University (Shakhty, Rostov Region, Russia); PhD in Engineering, Associate Professor; e-mail: o.zhdanova@mail.ru*

GASTRONOMIC IDENTITY AS A TOOL TO PROMOTE A TOURISM DESTINATION

Keywords:

gastronomic identity, destination, tourism, research, enterprise, public catering, travel, service, product

The study is focused on the promoting tourism destination through the example of Rostov region. The research topic is relevant because today the tourism destination is the main element of the tourism system. The tourism destination acts as one of the most important components in the tourism system due to the fact that the tourism destinations themselves and their style are attractive to travelers, motivate the visit, and thus activate the entire tourism system. The hypothesis of scientific research suggests the possibility of activating the promotion of the tourism destination of Rostov region through its gastronomic identity. The theoretical and methodological basis of the study is a systematic

approach to the studying gastronomic identity as a tool to promote a tourism destination. The article uses on-line survey to study the respondents' preferences in choosing tours in Rostov region. The work uses scientific works of scientists and specialists in the field of gastronomic identity in the market of tourist services. The information base of the research consists of materials of special periodicals, the results of analytical studies. The scientific novelty of the study is a practical approach to the promotion of tourist destinations through gastronomic identity. Gastronomic tourism is developing rapidly all over the world, new directions are emerging, and gourmet tours are becoming popular. The popularity of studying culinary culture affects this type of tourism and contributes to its promotion. All countries have prerequisites for the gastronomic tourism development and this is a distinctive feature of this type of tourism. Gastronomic tourism acts as a constituent element of all tours. But the main distinguishing feature from other types of tourism is that familiarity with the national cuisine is the main motive, purpose and element of gastronomic travel. The gastronomic identity of the destination depends on the economic and climatic conditions of the region, the greening of agriculture, and the religious affiliation of the ethnic group. As a research result it is established that gastronomic tourism in Rostov region needs to be developed on the basis of the following components: gastronomic routes, excursions; the catering establishments offering dishes of national cuisines; culinary master classes; gastronomic festivals, fairs, exhibitions of food. The results of the study are of interest to travel agencies, catering companies, food manufacturers. It is planned to continue the study of the effectiveness of gastronomic identity as a tool for promoting a tourist destination.

References

1. **Kiriyanova, L. G.** (2012). Turistskaja destinacija kak kompleksnyj koncept i kljuchevoj jelement turistskoj sistemy [Tourist destination as a comprehensive concept and a key element of the tourist system]. *Vestnik KemGU [Bulletin of KemsU]*, 4(1), 131-136. (In Russ.).
2. **Goncharova, N. A.** (2010). *Razvitie turistskoj destinacii [Tourist Destination Development]: A tutorial.* Aalborg: Aalborg University. (In Russ.).
3. **Rassokhina, T. V.** (2014). *Menedzhment turistskih destinacij [Tourist Destination Management]: A textbook.* Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
4. **Morozov, M. A., & Voit, M. N.** (2013). Teoretiko-ekonomicheskoe sodержanie ponjatija «turistskaja destinacija» [Theoretical and economic content of the concept of "tourist destination"]. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta [Vestnik of Russian New University]*, 2, 188-195. (In Russ.).
5. **Morozov, M. A.** (2005). *Turistskie destinacii i zakonomernosti ih razvitija [Tourist destinations and patterns of their development]: A monography.* Moscow: MIGMT. (In Russ.).
6. **Kiriyanova, L. G.** (2011). *Marketing i brending turistskih destinacij [Marketing and branding travel destinations]: A tutorial.* Moscow: Phoenix. (In Russ.).
7. **Pokhlebkina, V. V.** (2016). *Iz istorii russkoj kulinarnoj kul'tury [From the history of Russian culinary culture]: A textbook.* Moscow: Tsentrpoligraf. (In Russ.).
8. **Shimanovsky, V. F., & Ganopolsky, V. I.** (2015). *Pitanie v turistskom puteshestvii [Nutrition on tourist trips]: A tutorial.* Moscow: Profizdat. (In Russ.).
9. **Subbotina, E. V.** (2016). *Organizacija pitaniya turistov [Nutrition of tourists]: A tutorial.* Moscow: MIIR. (In Russ.).

10. **Chudnovsky, A. D., & Zhukova, M. A.** (2012). *Upravlenie industrij turizma Rossii v sovremennyh uslovijah [Management of the Russian tourism industry in modern conditions]: A tutorial*. Moscow: KNORUS. (In Russ.).
11. **Silcheva, L. V., & Balynin, K. A.** (2015). Gastronomicheskaja identichnost' regiona. Sushhnost' i prakticheskoe znachenie [Gastronomic identity of the region. Essence and practical value]. *Estestvennye i matematicheskie nauki v sovremennom mire [Natural and mathematical sciences in the modern world]*: Collection of articles based on the materials of the XXXII international scientific-practical conf. Novosibirsk: SibAK, 7(31).

Щербакова Н.В., Жданова О.В. Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 125-135. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10110.

Sherbakova, N. V., & Zhdanova, O. V. (2019). Gastronomic identity as a tool to promote a tourism destination. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 125-135. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10110. (In Russ).

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 338.465.4

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10111

МУТРАКОВ Олег Сергеевич

*Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Уфа, Респ. Башкортостан, РФ);
аспирант; e-mail: mutrakov@rambler.ru*

ЗАЙНАШЕВА Зарима Гафаровна

*Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Уфа, Респ. Башкортостан, РФ);
доктор экономических наук, профессор; e-mail: zarema54@mail.ru*

МУХАМЕТЗЯНОВ Ирик Зирягович

*Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Уфа, Респ. Башкортостан, РФ);
доктор физико-математических наук, профессор; e-mail: miz2004@yandex.ru*

Прогнозирование развития сферы региональных автосервисных услуг (на материалах Республики Башкортостан)

Объектом исследования авторов является региональный рынок автосервисных услуг. Предмет исследования статьи составляет краткосрочное прогнозирование основных показателей развития рынка автосервисных услуг в Республике Башкортостан (РБ). Для прогнозирования авторы используют базовую адаптивную модель Брауна с модификацией коэффициентов модели, учитывающей динамику и тенденции изменения основных показателей. Основная идея предлагаемой модификации адаптивной модели прогнозирования состоит в повышении информативности прогноза за счёт анализа динамики коэффициентов модели $a_0(i)$ и $a_1(i)$, $i=1, \dots, k$. По существу, набор коэффициентов вбирает в себя влияние различных факторов, оказывающих влияние на процесс. В прогнозе основных показателей развития рынка автосервисных услуг используются брутто-показатели – суммарные и средние по многим объектам по всему рынку с периодичностью один год и на краткосрочный период, прогнозирование осуществляется в рамках общего класса линейных экстраполяций. Исходные данные для основных показателей получены из открытых источников Федеральной службы государственной статистики, региональных органов исполнительной власти, а также аналитического агентства «Автостат». Выполнен краткосрочный прогноз показателей спроса и предложения развития рынка автосервисных услуг в РБ на основе адаптивных моделей. Предложена модификация процедуры прогнозирования по методу Брауна, отличающаяся внесением попра-

Ключевые слова:

сфера услуг, автосервисные услуги, рынок, прогнозирование, спрос, предложение, регион, Республика Башкортостан

вок в коэффициенты прогноза путём учёта динамики адаптивных коэффициентов. Получены прогнозные оценки спроса и предложения, показывающие привлекательность инвестиций в сферу развития региональных автосервисных услуг.

Введение. Анализ любого сегмента рынка и рыночных отношений предполагает выявления закономерностей и тенденций развития основных показателей на краткосрочный и долгосрочный период, что определяет своевременное реагирования государственных и управленческих структур на изменения, происходящие в рыночной сфере и принятие эффективных управленческих решений [4, 7].

Экономическое поведение часто является ответом на ожидаемое будущее, а не на прошлое или настоящее, что подчёркивает актуальность прогнозирования экономического развития в любой сфере деятельности. На практике большинство моделей прогнозирования, используемых в эконометрическом анализе, представляют собой экстраполяции текущих и прошлых значений временных рядов, будущая стоимость которых ожидается. В большинстве случаев функция экстраполяции является линейной: прогнозное значение переменной получается путём взвешенной суммы прошлых значений ряда. Однако прогнозирование на основе линейных трендовых моделей является оправданным лишь в периоды относительной экономической стабильности рынка. Как правило, модели прогнозирования рынка всегда являются специфическими, включающими в свою структуру региональные особенности, экспертные неформализованные оценки и закономерности и т.д. [8].

Модели прогнозирования сферы услуг, рассматривались многими авторами, которые предлагали свои подходы к построению краткосрочных и долгосрочных прогнозов. В общем, вопросами прогнозирования сферы услуг занимались такие исследователи как В.В. Борисевич, О.И. Волков, А.С. Маршалова и др. [3, 5, 17].

Прогнозирование и планирование функционирования и развития сферы обслужива-

ния населения производится с учётом особенностей отраслей. Исходя из этих особенностей, подбираются те или иные методы прогнозирования.

В научной литературе экономико-математические методы, на основе которых строятся модели прогнозирования сферы услуг, разделяются на три основных направления [10, 12]:

- 1) общенаучные методы;
- 2) аналитико-прогностические методы;
- 3) методы, заимствованные из других

отраслей знаний, таких, как социология, психология, экология, эстетика и др. [18].

В своём исследовании Т.В. Блинова, А.Ю. Митрофанов, А.В. Русановский [1] в процессе разработки прогноза доли сектора услуг предлагают использовать модель, сочетающую в себе цепь Маркова и векторную авторегрессию. На основе этой модели распределения занятых по видам экономической деятельности моделируется с помощью возмущённой однородной цепи Маркова с непрерывным временем, чтобы спрогнозировать долю сектора услуг.

Для прогнозирования результатов деятельности сферы услуг М. В. Ивашкин и С. А. Сорока [11] предлагают использовать метод стохастического анализа. С помощью этой методики отбираются показатели, отражающие результаты деятельности сферы услуг и оказывающие существенное влияние на развитие данной сферы.

Одно из перспективных направлений развития краткосрочного прогнозирования связано с адаптивными методами. Эти методы позволяют строить самокорректирующиеся модели, способные оперативно реагировать на изменение условий. Адаптивные методы учитывают различную информационную ценность уровней ряда, «старение» информа-

ции. Все это делает эффективным их применение для прогнозирования неустойчивых рядов с изменяющейся тенденцией. В адаптивных методах различную ценность уровней в зависимости от их «свежести» можно учесть с помощью системы весов, придаваемых этим уровням [15]. К адаптивным методам относятся модель Хольта, модель Хольта-Уинтерса, модель Брауна, модель Тейла-Вейджа.

Применение разнообразных моделей прогнозирования находят отражение при составлении реальных прогнозов различных отраслей сферы услуг.

При прогнозировании сферы образовательных услуг Ж.К. Леонова и Е. Осипова использовали такие методы как композиция и декомпозиция факторов, факторный анализ, метод главных компонент, метод экспертного оценивания, метод пассивного и активного прогнозирования, метод оптимизации. Полученный прогноз позволил авторам дать рекомендации по дальнейшим действиям государственных структур по развитию высшего образования, которое заключается в налаживании более тесного взаимодействия с предпринимательством [16].

Составленный Е.Е. Володиной прогноз развития рынка технологий мобильного широкополосного доступа в Российской Федерации был построен с использованием таких методов как метод прямого счета, метод экстраполяции прошлого на будущее, метод регрессионного анализа, метод логического моделирования и экспертные методы. По результатам прогноза автор составил три сценария развития рынка услуг беспроводного широкополосного доступа к сетям интернет, которые могут быть учтены в государственной программе «Информационное общество» или других стратегических планах [6].

Объектом исследования авторов является региональный рынок автосервисных услуг. Предмет исследования статьи составляет краткосрочное прогнозирование основных показателей развития рынка автосервисных услуг в Республике Башкортостан (РБ). Для

прогнозирования авторы используют базовую адаптивную модель Брауна с модификацией коэффициентов модели, учитывающей динамику и тенденции изменения основных показателей.

Обзор основных тенденций развития регионального рынка автосервисных услуг

Рынок автосервисных услуг характеризуется следующими основными показателями: количество продаваемых автомобилей, общий размер автопарка и финансовый объем трат на их покупку и обслуживание.

Объем российского рынка по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей в 2017 году составил 543,9 млрд. руб., из них 49,4 млрд. руб. приходится на официальных автодилеров, а 79,8 – на независимые СТО. Остальные 147,5 млрд. руб. рассчитаны как потенциал рынка, под которым подразумеваются работы по ремонту и обслуживанию автомобилей, производимые лично автовладельцами или механиками-частниками¹.

Объем по ведущим услугам сервиса распределен следующим образом: автомойка – 120,1 млрд. руб., шиномонтаж – 24,5 млрд. руб. и кузовной ремонт – 122,5 млрд. руб.¹

Структура участников рынка автосервисных услуг в России представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Структура участников рынка автосервисных услуг в России¹

<i>Участники рынка, их кол-во и %</i>		<i>Значение</i>
Официальные дилеры	кол-во, ед.	3440
	доля, %	4,9
Независимые СТО	кол-во, ед.	25915
	доля, %	36,9
Узкая специализация	кол-во, ед.	40925
	доля, %	58,2

Общая тенденция рынка автосервисных услуг в России имеет схожие черты с европейским рынком. В России также сокращается доля официальных дилеров и увеличивается доля независимых СТО, что связано с увели-

¹ Аналитическое агентство «Автостат» URL: <https://autostat.ru/> (Дата обращения: 03.10.2018).

чением возраста автопарка, сокращением пост продажного обслуживания и повышения качества обслуживания независимых СТО.

Развитие региональных рынков автосервисных услуг имеет сходные тенденции и определяется экономическим развитием региона. Рынок автосервисных услуг в Республике Башкортостан развивается быстрыми темпами благодаря всеобщей автомобилизации страны и региона, численности и структуры автомобильного парка, развития сети автомобильных дорог, увеличению доходов населения, расширению ассортимента услуг и т.д. Основным показателем, влияющим на сферу автосервисных услуг, является парк автомобилей, его численность и структура. По данным ГИБДД, на конец 2017 года в Республике Башкортостан насчитывалось 1397812 ед. легкового транспорта. Начиная с 2005 года легковой автотранспорт увеличился на 86,6%, а среднегодовой рост легкового автотранспорта составил 7%.²

В структуре легкового автотранспорта в разрезе «отечественные-импортные» преобладают отечественные автомобили которые составляют 57% от всего парка легковых автомобилей. Возрастная структура легковых автомобилей в Республике Башкортостан имеет следующие показатели²:

- до года – 6%;
- от 1 до 3 лет – 8%;
- от 3 до 5 лет – 12%;
- от 5 и до 10 лет – 24%;
- от 10 и до 15 лет – 20%;
- от 15 и более лет – 30%.

Согласно данным аналитического агентства «Автостат» объёмы продаж новых автомобилей в Республике Башкортостан с 2007 по 2017 как сокращались, так и увеличивались в разные периоды (табл. 2).

Резкое снижение объёма продаж в 2009 году, связано с мировым экономическим кри-

зисом, а снижение продаж в 2014 и резкое падение в 2015 году произошло из-за санкционной политики западных стран, а также ухода из российского рынка некоторых крупных автопроизводителей, таких как General Motors. На рис. 1 показаны продажи новых автомобилей в Республике Башкортостан за последние 10 лет².

Таблица 2 – Объем продаж новых автомобилей в Респ. Башкортостан в 2007-2017 гг. (млрд. руб.)¹

год	значение	год	значение
2007	32,4	2013	65,3
2008	32,7	2014	63,7
2009	18,7	2015	37,2
2010	26,5	2016	42,6
2011	45,7	2017	56,0
2012	53,6		

Другим показателем, отражающим состояние рынка автосервисных услуг, является объем рынка. В табл. 3 представлены данные Федеральной службы государственной статистики по объёму рынка услуг по обслуживанию и ремонту автотранспортных в регионе. Начиная с 2005 года объем услуг по обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в республике вырос в 12,6 раза.

Таблица 3 – Объем услуг по обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в Респ. Башкортостан (млн. руб.)³

год	значение	год	значение
2005	413,4	2016	5534,4
2010	2628,5	2017	5064,3
2015	4454,4		

Структура участников рынка автосервисных услуг в Республике Башкортостан показан на рис. 2.

² Официальная статистика Госавтоинспекции Российской Федерации URL: <http://stat.gibdd.ru/> (Дата обращения: 13.10.2017).

³ Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi> (Дата обращения: 13.10.2017).

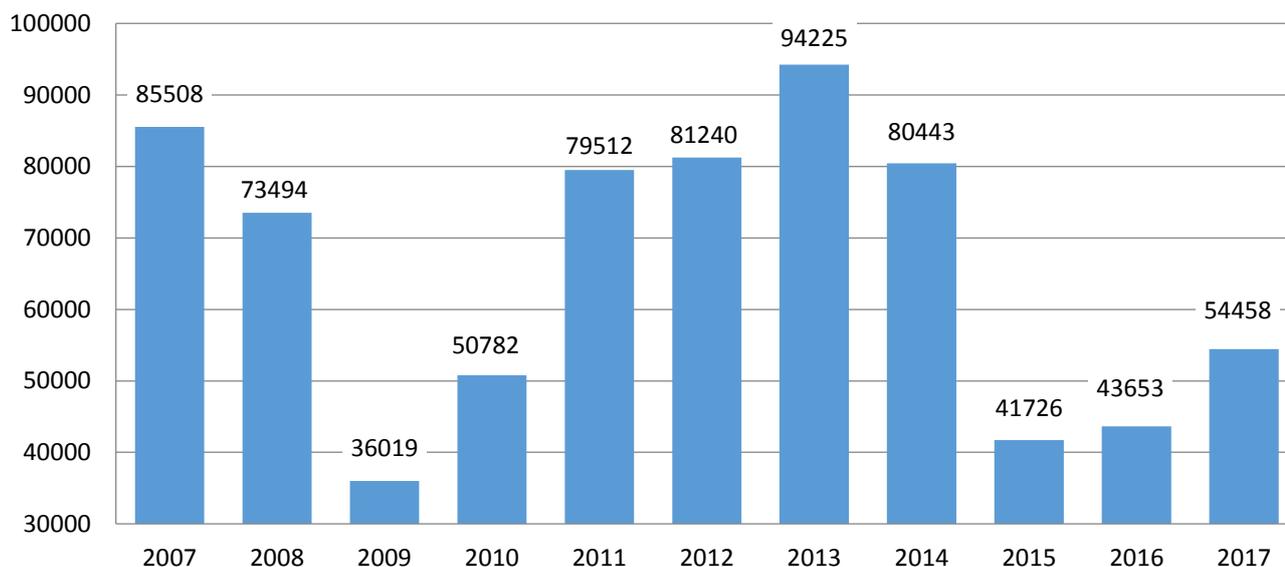


Рис. 1 – Продажи новых автомобилей в Респ. Башкортостан, ед.¹



Рис.2 – Структура участников рынка автосервисных услуг в Респ. Башкортостан¹

В настоящий момент в регионе наблюдается тенденция к сокращению доли официальных дилеров и сервисов узкой специализации и увеличение доли независимых автосервисов в структуре рынка автосервисных услуг (табл. 4). Такая же тенденция наблюдается и на федеральном уровне и на европейском рынке.

Структура рынка автосервисных услуг в Республике Башкортостан по видам услуг представлена в табл. 5.

Общая тенденция в Республике Башкортостан такова, что при сокращении количества предприятий автосервиса увеличивается объем автосервисных услуг. Это говорит об укруп-

нении предприятий, т.е. при меньшем количестве автосервисов, они выполняют больший объем работ.

Таблица 4 – Структура участников рынка автосервисных услуг в Респ. Башкортостан, %

Участники рынка	2014	2015	2016	2017	Прирост/сокращение
Официальные дилеры	12,6	11,1	7	6,6	-47,7
Независимые СТО	16,6	21,7	29	30,8	85,5
Узкая специализация	70,8	67,2	63,9	62,6	-11,6

В связи с компьютеризацией автомобильного транспорта, распространения современных информационных систем управления автомобилем, появились новые виды услуг, такие как компьютерная диагностика автомобилей и ремонт электронных систем управления автомобилем. Данные виды услуг позволяют автосервисам разработать информационную систему и вести базу данных неисправностей клиентов, отслеживать изменения в работе автомобиля, тем самым установить постоянную коммуникацию с клиентом и сократить время на поиск причин неисправностей.

Таблица 5 – Структура рынка автосервисных услуг в Респ. Башкортостан по видам услуг, %¹

Услуга \ год	2014	2015	2016	2017	Прирост/ сокращение
Автозвук	5,8	6,4	5,0	4,6	-20,1
Автомойки	9,3	10,0	15,2	13,7	46,7
Автосигнализации	6,9	8,0	5,7	5,4	-22,1
Антикоррозийная обработка автомобилей	0,2	0,2	0,1	0,1	-45,4
Аппаратная замена масла	2,4	2,1	1,9	2,3	-2,3
Газовое оборудование для автотранспорта	0,0	0,0	1,1	1,1	0
Компьютерная диагностика автомобилей	0,0	0,0	2,0	1,7	-20,1
Кузовной ремонт	9,0	8,1	7,9	8,2	-9,1
Развал-схождение	3,1	1,9	1,3	1,7	-43,1
Ремонт автоэлектрики	4,9	4,9	4,8	4,8	-0,2
Ремонт АКП	2,3	2,2	1,0	0,9	-61,5
Ремонт бензиновых двигателей	7,0	5,5	3,7	3,6	-47,8
Ремонт выхлопных систем	0,0	0,0	0,2	0,1	-66,9
Ремонт дизельных двигателей	1,8	1,4	1,0	1,1	-36,4
Ремонт карбюраторов/инжекторов	1,7	1,4	0,6	0,5	-70,5
Ремонт МКП	0,0	0,0	0,6	0,7	17,5
Ремонт ходовой части автомобиля	9,2	6,8	5,7	5,5	-40,1
Ремонт электронных систем управления автомобиля	1,4	1,4	1,1	1,0	-29,9
Ремонт/обслуживание климатических систем автомобиля	1,3	1,7	2,4	1,7	30,9
Тонирование автостёкол	6,1	6,4	6,1	5,7	-7,5
Тюнинг	5,7	6,2	6,6	6,8	18,9
Установка/ремонт автомобильной оптики	0,0	0,0	0,3	0,4	39,2
Установка/ремонт автостёкол	5,1	5,3	5,0	5,0	-2,0
Шиномонтаж	17,0	20,3	20,6	23,4	37,4

Методика прогнозирования

Выбор моделей прогнозирования обусловлен характером и качеством исходных данных, а также сроком прогноза. В случае, когда исследуются брутто-показатели – суммарные, или средние по многим объектам или всему рынку с периодичностью один квартал или год и на краткосрочный период – прогнозирование осуществляют в рамках общего класса линейных экстраполяций [2, 13]. Более узкий класс моделей для процессов, которые не имеют ярко выраженной динамики роста или падения своих показателей, представляют адаптивные модели. Базовой адаптивной моделью является адаптивная модель прогнозирования Брауна. Она приемлема для рядов показателей, уровень которых меняется относительно некоторой постоянной величины и прогнозные значения зависят некоторым об-

разом от предыдущих периодов (прошлое оказывает влияние на будущее) [14, 20].

Общая структура адаптивной модели Брауна следующая [20]. Пусть Y – основной прогнозируемый показатель и значения $Y(t)$ за k предыдущих периодов известны ($t=1,2,\dots,k$). Модель Брауна представляет модель линейного тренда с уравнением $y_t = a_1(i) \cdot t + a_0(i)$, для которой коэффициенты рассчитываются путём итерационной процедуры

1) рассчитывают коэффициенты линейного тренда $y_t = a_1(0) \cdot t + a_0(0)$ по первым пяти точкам ряда наблюдений $Y(1), \dots, Y(5)$;

2) определяют прогноз на шаг вперед ($\tau=1$): $y_1 = a_1(0) \cdot 1 + a_0(0)$.

Для ряда наблюдений изменяя t от 1 до k (for $t=1$ to k) находим:

- величину отклонения фактического значения показателя от расчётного: $\varepsilon_t = y_t - Y(t)$;

- корректируем параметры модели по формулам:

$$(1) a_0(t) = a_0 \cdot (t-1) + a_1 \cdot (t-1) + (1 - \beta^2) \cdot \varepsilon_t,$$

$$(2) a_1(t) = a_1(t-1) + (1 - \beta)^2 \cdot \varepsilon_t,$$

где $\beta = 1 - \alpha$, α – параметр сглаживания.

- находим прогноз на следующий период ($\tau = 1$):

$$y_t = a_1(t-1) \cdot \tau + a_0(t-1)$$

3) точечный прогноз на будущее рассчитывается по формуле:

$$y(k+\tau) = a_1(k) \cdot \tau + a_0(k), \tau = 1, 2, 3, \dots;$$

здесь k – число наблюдений.

Для параметра сглаживания α , более высокие значения фактически уменьшают уровень сглаживания. При α близким к единице, прогнозирование выполняется с большим весом последних изменений данных, а значения α , близкие к нулю, имеют больший эффект сглаживания и менее чувствительны к недавним изменениям. Формальной процедуры выбора параметра α нет [9, 19].

Таким образом, каждая из прогнозных моделей для показателей представляет модель тренда со своим уравнением $y(k+\tau) = a_1(k) \cdot \tau + a_0(k)$. Эта экстраполяция является проекцией прошлых ценностей или прошлых изменений в них, и является взвешенной или экспоненциальной экстраполяцией.

Многие из факторов, оказывающих влияние на прогноз основного показателя не доступны исследователю. Они могут изменяться в процессе развития рынка. Поэтому учесть различные причинно-следственные связи в явной форме в модели прогнозирования не представляется возможным.

Основная идея предлагаемой модификации адаптивной модели прогнозирования состоит в повышении информативности прогноза за счет анализа динамики коэффициентов модели $a_0(i)$ и $a_1(i)$, $i = 1, \dots, k$. По существу, набор коэффициентов вбирает в себя влияние различных факторов, оказывающих влияние на процесс.

Такая процедура формализуется следующим образом:

- по k числовым значениям коэффициен-

тов строим зависимость изменения коэффициента (линейную или нелинейную) во времени (по отсечкам временного ряда $t = 1, 2, \dots, k$);

- на основании зависимости определяем новые значения коэффициентов $a_0(k)$ и $a_1(k)$ на конец периода $t = k$.

4) прогнозирование будет выполняться по формуле:

$$y(k+\tau) = a_1(k) \cdot \tau + a_0(k), \tau = 1, 2, 3, \dots;$$

В этом случае, новые коэффициенты $a_0(k)$ и $a_1(k)$ неявно будут содержать в себе множество факторов предыдущих периодов, что определяет учёт зависимостей между показателем прогноза и набором доступных факторов, которые некоторым случайным образом влияют на основной показатель прогноза.

Определение показателей прогнозирования

Экономически содержательными показателями развития сферы региональных автосервисных услуг и доступными в количественном выражении являются:

1) численность парка автомобилей в регионе – $N_{ПА}$ (показатель определяющий спрос на рынке);

2) объем автосервисных услуг в денежном выражении – $V_{АУ}$ (показатель определяющий предложение на рынке);

3) количество предприятий по ремонту автотранспортных средств – $N_{АС}$ (показатель определяющий предложение на рынке);

Частные показатели, такие как, численность парка автомобилей в разрезе ценовых категорий, в разрезе производителя, в разрезе отечественные-импортные; количество предприятий по ремонту автотранспортных средств в разрезе крупные, средние и др., а так же величина спроса и предложения по группам автопарка в количественном выражении не точны, что определяет невозможность количественного прогнозирования. По таким показателям возможно получить экспертные оценки развития в терминах нечётких высказываний, таких как: возможный рост, падение, стагнация, увеличится значи-

тельно и т.п.

Помимо основных показателей, для прогнозирования важно рассматривать второстепенные показатели или факторы, которые так или иначе влияют на развитие автосервисных услуг. Это позволяет использовать причинно-следственные модели прогнозирования. К таким показателям относятся:

- 1) доходы населения;
- 2) объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от автомобильного транспорта;
- 3) количество выданных автокредитов;
- 4) количество заключённых договоров ОСАГО;
- 5) доля автомобилей более 7 лет эксплуатации.

Экономически содержательными для любого рынка являются показатели спроса-предложения.

Величину предложения будем рассчитывать как отношение объёма автосервисных услуг к количеству предприятий $\frac{V_{AY}}{N_{AC}}$ спроса — предложения (по годам).

Величину спроса будем рассчитывать как отношение объёма автосервисных услуг к численности парка автомобилей $\frac{V_{AY}}{N_{ПА}}$ (по годам).

На рис. 3 представлены кривые спроса и предложения на рынке автосервисных услуг.

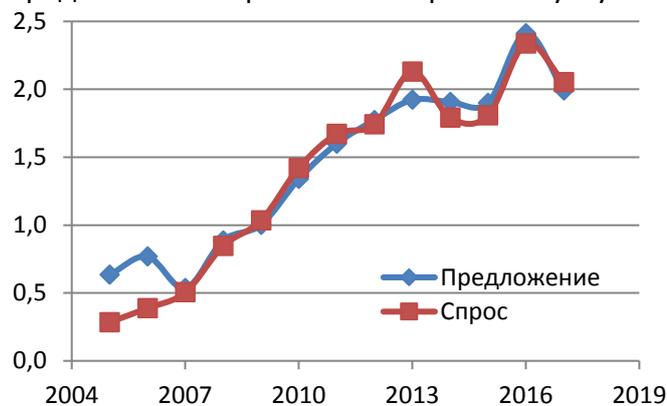


Рис. 3 – Кривые спроса и предложения на рынке автосервисных услуг РБ (с учётом инфляции)

Приведённые линии построены с использованием относительных значений и по

существу не являются отражающими в точности спрос-предложение, как, например, значения спроса-предложения в рублёвом выражении. Поэтому, коррекция относительных значений линий спроса и предложения на рынке автосервисных услуг проводится путём определения точек равновесия между спросом и предложением на основании экспертных оценок. Для этого задаётся коэффициента пропорциональности для линий спроса и предложения в виде:

$$\frac{V_{AY}}{N_{AC}} = k \cdot \frac{V_{AY}}{N_{ПА}}$$

Согласно опроса экспертов примерное равенство спроса-предложения на рынке было в 2010-2012 гг., что соответствует коэффициенту соответствия, равного 1,75.

Значительно изменение спроса на автосервисные услуги наблюдалось в 2013 году, что обусловлено значительным увеличением автопарка. В 2014 и 2015 гг. интенсивное увеличение и развитие автосервисных услуг повлекло небольшое превышение предложения над спросом и благоприятно отразилось на ценовую политику услуг в пользу потребителя.

Построение прогноза показателей развития сферы региональных автосервисных услуг на материалах Республики Башкортостан

Исходные данные для основных показателей получены из открытых источников Федеральной службы государственной статистики, региональных органов исполнительной власти, а также аналитического агентства «Автостат» и представлены в сводной табл. 6. Ряд отсутствующих по годам данных восстановлены либо с использованием линейной интерполяции, либо экстраполяцией по тренду.

Анализ парных корреляций между различными показателями на основе представленных данных указывает на отсутствии корреляции (или влияния) второстепенных показателей или факторов, за исключением доходов населения. Последнее скорее отражает общую динамику цен на товары и услуги в регионе и в Российской Федерации, нежели факторную зависимость. Отсутствие значимой

корреляции между основными и второстепенными показателями указывает на невозможность использования методики причинно-следственного прогнозирования.

Учитывая, что в прогнозе основных показателей развития рынка автосервисных услуг используются брутто-показатели – суммарные и средние по многим объектам по всему рын-

ку с периодичностью один год и на краткосрочный период, прогнозирование осуществляется в рамках общего класса линейных экстраполяций.

Простой класс линейных трендовых моделей позволяет получить следующие прогнозы основных показателей спроса и предложения, представленный в табл. 7.

Таблица 6 – Исходные данные и матрица парных корреляций основных (V_{AV} , N_{AC} , N_{PA}) и второстепенных показателей рынка автосервисных услуг в РБ

Год	V_{AV} , млрд.руб	N_{AC} шт	N_{PA} тыс.ед	V загр, тыс.тн./год	Продано бензина, тн.	Доходы насел., руб./мес.	Число ДТП, ед
2005	413,4	589	749,0	599,5	429,4	6886	5675
2006	581,2	694	785,3	717,5	626,2	8904	5644
2007	831,9	1382	837,5	667,4	444,5	11073	5546
2008	1562,6	1568	938,5	713,4	357,4	14245	5361
2009	1858,9	1714	949,4	656,2	385,2	16125	5280
2010	2628,5	1790	964,8	702,1	412,1	17498	5163
2011	3195,4	1879	1027,7	742,1	657,0	19030	5160
2012	3654,8	1940	1129,2	507,3	713,9	21268	5115
2013	4058,9	1993	1027,9	334,7	749,7	23892	4979
2014	4358,2	2056	1250,8	443,6	747,2	25971	4912
2015	4454,4	2114	1270,1	450,4	735,4	27744	4563
2016	5534,4	2187	1290,0	457,7	821,7	28125	4548
2017	5064,3	2273	1343,0	422,3	831,0	31407	4387
n/n	Матрица парных корреляций						
1	1,00						
2	0,90	1,00					
3	0,96	0,89	1,00				
4	-0,75	-0,57	-0,69	1,00			
5	0,82	0,58	0,78	-0,75	1,00		
6	0,98	0,92	0,98	-0,75	0,79	1,00	
7	-0,96	-0,88	-0,96	0,71	-0,76	-0,98	1,00

Таблица 7 – Прогноз показателей спроса и предложения развития рынка автосервисных услуг в РБ на основе линейных трендовых моделей

	V/N_{AC}	V/N_{PA}
Линия тренда	$0,14921 \cdot t - 298,6321$	$0,16982 \cdot t - 340,13185$
Прогноз $t=2018$	2,474	2,565
2019	2,623	2,735
2020	2,772	2,905
2021	2,921	3,074

Прямая тенденция, как правило, даёт завышенные значения при прогнозе за счёт не учёта насыщения рынка товарами и услугами. Учёт в модели прогнозирования прошлых и колебания тенденций последний значений

хорошо описывает адаптивная модель прогнозирования. В качестве базовой выбрана модель Брауна, алгоритм которой был приведён выше. Модель прогнозирования Брауна приемлема для рядов показателей, уровень

которых меняется относительно некоторой постоянной величины и прогнозные значения зависят некоторым образом от предыдущих периодов (прошлое оказывает влияние на будущее). Параметр сглаживания подбирался на основе вычислительного эксперимента в соответствии с критерием сглаживания коэффициентов модели при дополнительном ограничении, обеспечивающим заданную относительную ошибку между наблюдаемыми и

предсказанными значениями по тем же периодам.

Определение параметров модели Брауна выполнено в соответствии с описанной выше методикой прогнозирования. На рис.4 и рис. 5 представлена динамика коэффициента наклона и свободного члена линейной модели Брауна для различных параметров сглаживания α при прогнозе спроса-предложения рынка автосервисных услуг РБ.

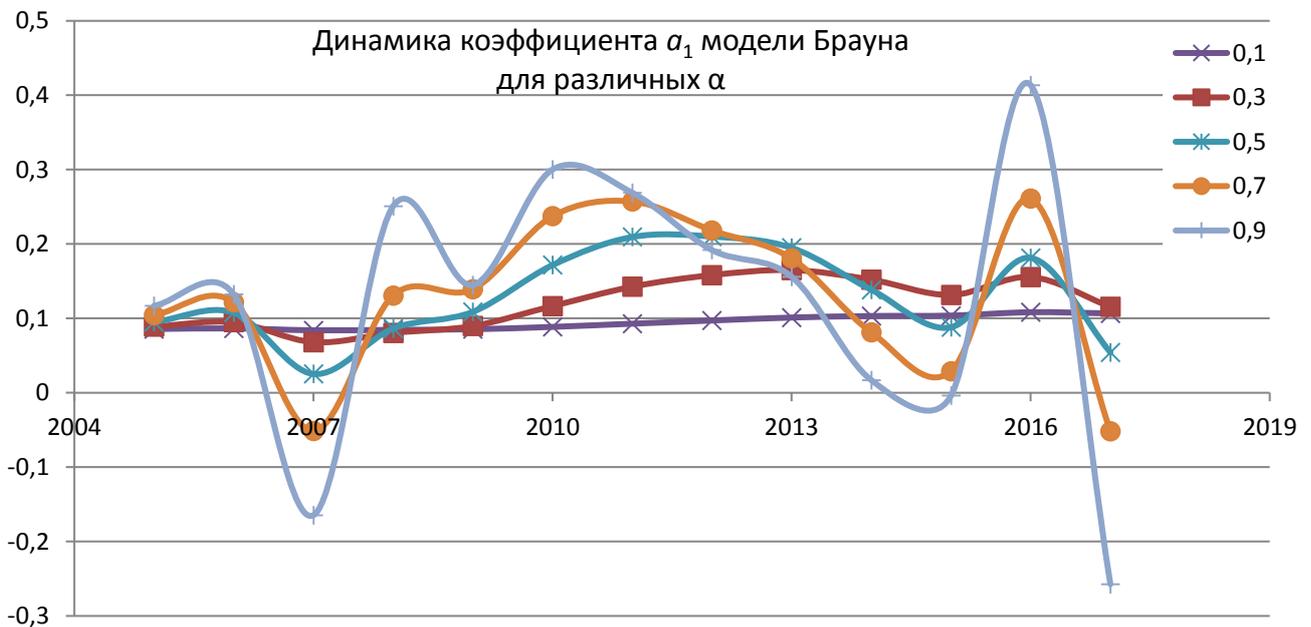


Рис. 4 – Динамика коэффициента наклона линейной модели Брауна для различных параметров сглаживания α при прогнозе спроса-предложения рынка автосервисных услуг РБ

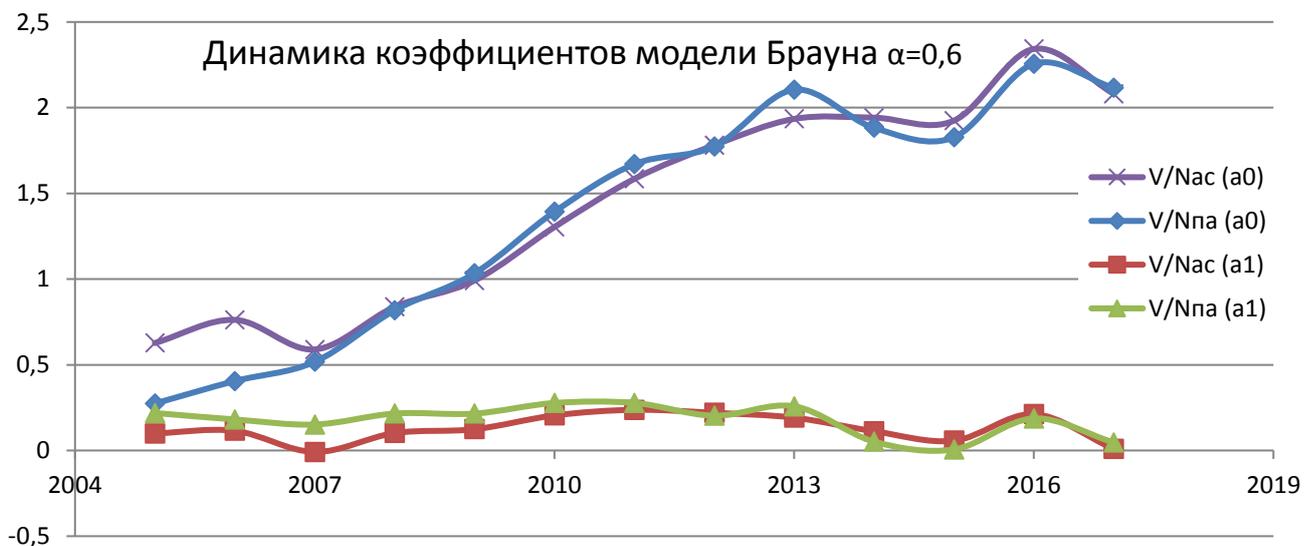


Рис. 5 – Динамика адаптивных коэффициентов линейной модели Брауна при прогнозе спроса-предложения рынка автосервисных услуг РБ

С увеличением параметра сглаживания наблюдается увеличение разброса значений угла наклона линейной модели. Аналогичное поведение наблюдается и для свободного коэффициента линейной модели. Это означает, что прогноз для значений параметра сглаживания α близких к 1 ($0 < \alpha < 1$) имеет больший доверительный интервал, а, следовательно, и меньшую точность. Кроме этого, при α близких к 1 прогнозирование выполняется с большим весом последних изменений данных, а значения α , близкие к нулю менее чувствительны к недавним изменениям. Таким образом, учёт большего веса последних изменений ухудшает точность прогнозирования. Компромиссное значение находится в интер-

вале $0,4 < \alpha < 0,6$. Учитывая важность последних изменений в тенденциях рынка, правая граница интервала является предпочтительной: $\alpha = 0,6$.

Результаты, представленные в таблице 8, иллюстрирует расчётный алгоритм модели Брауна. Важными для анализа являются параметры модели a_0 и a_1 и значения погрешностей модели. Расчёт выполнен для параметра сглаживания $\alpha = 0,6$.

На рис.6 и 7 представлены диаграммы динамики и прогноза (по модели Брауна) предложения и спроса на рынке автосервисных услуг. Справочно представлена линия тенденций показателей, полученная с использованием адаптивной модели Хольта.

Таблица 8 – Последовательный расчёт параметров модели Брауна и экстраполяция параметров на конец периода (2017 г.)

t	V/Nac	$\alpha = 0,60$		$\beta = 0,40$				
		a_0	a_1	V_{th}	ϵ	ϵ^2	$\epsilon/V_t, \%$	
		0,509	0,085					
2005	1	0,633	0,63	0,10	0,59	0,039	0,002	6,18
2006	2	0,769	0,76	0,11	0,73	0,042	0,002	5,51
2007	3	0,535	0,59	-0,01	0,88	-0,342	0,117	64,04
2008	4	0,887	0,84	0,10	0,58	0,306	0,094	34,49
2009	5	1,001	0,99	0,12	0,94	0,062	0,004	6,21
2010	6	1,339	1,30	0,20	1,12	0,224	0,050	16,72
2011	7	1,599	1,58	0,24	1,51	0,091	0,008	5,69
2012	8	1,773	1,78	0,22	1,82	-0,049	0,002	2,74
2013	9	1,922	1,93	0,19	2,00	-0,079	0,006	4,11
2014	10	1,907	1,94	0,11	2,13	-0,219	0,048	11,49
2015	11	1,900	1,92	0,06	2,05	-0,155	0,024	8,14
2016	12	2,411	2,34	0,21	1,98	0,430	0,185	17,84
2017	13	1,992	2,08	0,01	2,55	-0,563	0,317	28,26
2018	14			Прогноз:	2,09068	СКО=	0,927	16,3
2019	15				2,09977			
2020	16				2,10887			
2021	17				2,11797			
Лог. экстр.	2017	1,900	0,148					

Авторы предлагают один из возможных способов устранения большого разброса значений параметров линейной модели Брауна a_0 и a_1 . В качестве параметров прогнозного уравнения выбирается значения параметров a_0 и a_1 , полученные путём экстраполяции на

основе логарифмической функции на конец периода фактических наблюдений, а экстраполированное по табл. 8 значение. Это позволяет увеличить точность прогноза. Значения коэффициентов a_0 и a_1 для модели прогнозирования, полученные путём экстраполяции

коэффициентов модели Брауна, представлены в последней строке табл. 8.

В табл. 9 представлен краткосрочный прогноз показателей спроса и предложения развития рынка автосервисных услуг в РБ на основе различных моделей.

Для различных методов прогнозирования в 2019-2021 гг. ожидается превышение спроса над предложением от 3,3 до 18 %. Аб-

солютное значение превышения в 1% составляет в денежном выражении сумму около 25 млн. руб в ценах 2017 г. Таким образом, дефицит предложения на рынке автосервисных услуг республики Башкортостан может составлять за период 2019-2021 гг. от 0,5 до 1,3 млрд. руб. в ценах 2017 года. Это определяет перспективность инвестиций в развитие отрасли автосервиса на краткосрочный период.

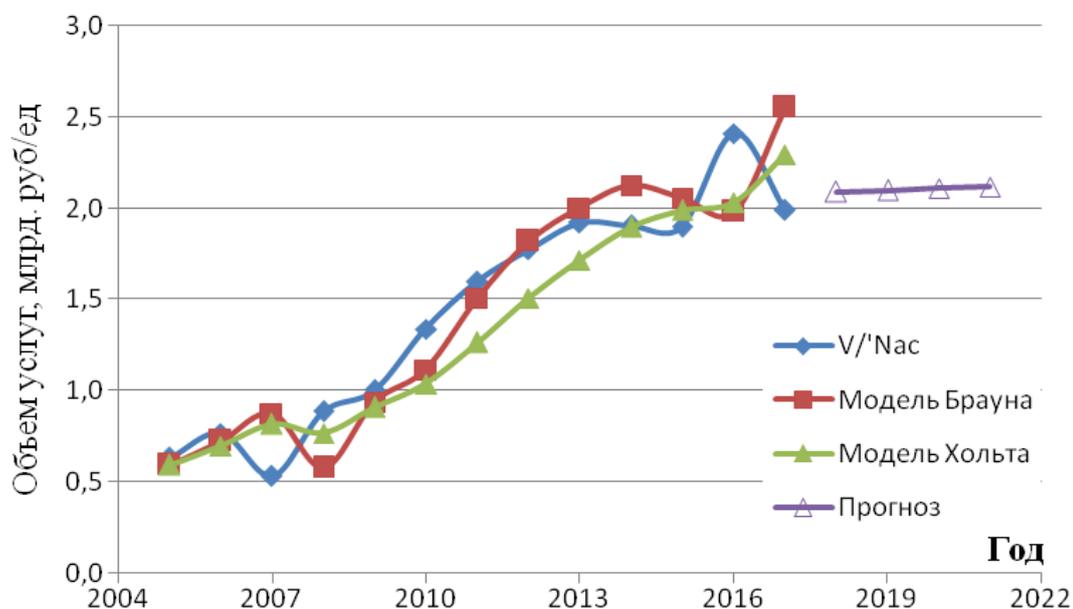


Рис. 6 – Динамика и прогноз **предложения** на рынке автосервисных услуг РБ с использованием линейной модели Брауна

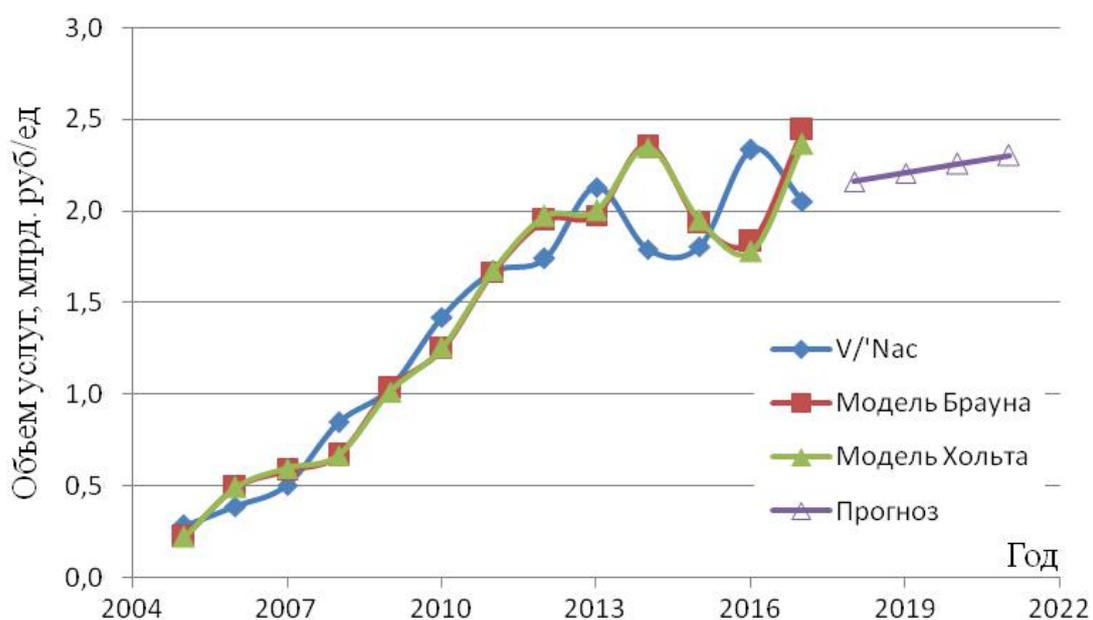


Рис. 7 – Динамика и прогноз **спроса** на рынке автосервисных услуг РБ с использованием линейной модели Брауна

Таблица 9 – Краткосрочный прогноз показателей спроса и предложения развития рынка автосервисных услуг в РБ на основе различных моделей

		Предложение (V/Нас)			$\alpha=$	Лог.экстрапол.	
		Лин. тренд	0,6	0,5	0,4	0,6	0,3
2018	2,474	2,091	2,173	2,252		2,048	2,528
2019	2,623	2,100	2,227	2,342		2,196	2,637
2020	2,772	2,109	2,282	2,432		2,344	2,745
2021	2,921	2,118	2,336	2,522		2,492	2,853
		Спрос (V/Нпа)					
		Лин. тренд	0,6	0,5	0,4	0,6	0,3
2018	2,565	2,162	2,210	2,269		2,517	2,673
2019	2,735	2,209	2,283	2,369		2,674	2,844
2020	2,905	2,256	2,356	2,468		2,831	3,014
2021	3,074	2,302	2,429	2,568		2,988	3,184
		Превышение спроса над предложением по годам, %					
2018	3,6	3,3	1,7	0,8		18,6	5,4
2019	4,1	4,9	2,4	1,1		17,9	7,3
2020	4,6	6,5	3,1	1,5		17,2	8,9
2021	5,0	8,0	3,8	1,8		16,6	10,4

Выводы. Прежде всего, автосервисам необходимо расширять спектр предоставляемых услуг, так как потребитель предпочитает получать комплекс услуг в одном месте.

Усложнение устройств автомобилей, встраивание в них электронных и компьютерных систем открывают новые возможности для автосервисов повысить уровень конкурентоспособности и привлечь новых «цифровых» клиентов. Применение специализированных технических и программных средств интегрированных в CRM автосервиса позволит построить мощную систему управления автосервисом,

а также коммуникацию со своими клиентами.

Таким образом, выполнен краткосрочный прогноз показателей спроса и предложения развития рынка автосервисных услуг в РБ на основе адаптивных моделей. Предложена модификация процедуры прогнозирования по методу Брауна, отличающаяся внесением поправок в коэффициенты прогноза путём учёта динамики адаптивных коэффициентов. Получены прогнозные оценки спроса и предложения, показывающие привлекательность инвестиций в сферу развития региональных автосервисных услуг.

Список источников:

1. **Блинова Т.В., Митрофанов А.Ю., Русановский А.В.** Прогнозирование развития сектора услуг в структуре российской экономики // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2008. №9(65). С. 336-344.
2. **Бокс Дж., Дженкинс Г.** Анализ временных рядов. Прогноз и управление. М.: Мир, 1974. Вып. 1, 2.
3. **Борисевич В.В.** Прогнозирование и планирование экономики. Мн.: Экоперспектива, 2000. 432 с.
4. **Владимирова Л.П.** Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: Издат. дом «Дашков и Ко», 2000. 308 с.
5. **Волков О.И.** Экономика предприятия (фирмы). М.: ИНФРА-М, 2002. 601 с.
6. **Володина Е.Е.** Прогнозирование развития инновационных услуг в сфере инфокоммуникаций // Инновационное развитие экономики. 2017. №5(41). С. 7-16.

7. **Гладыщевский А.И.** Методы и модели отраслевого экономического прогнозирования. М.: Экономика, 1997. 143 с.
8. **Глущенко В.В.** Прогнозирование. М.: Вузовская книга, 2000. 208 с.
9. **Давидович Б.Я. и др.** Методы прогнозирования спроса. М., 1972. 193 с.
10. **Джонстон Дж.** Эконометрические методы. М.: Статистика, 1980. 431 с.
11. **Ивашкин М.В., Сорока С.А.** Методика прогнозирования результатов деятельности организации сферы услуг // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2018. №1(48). С. 73-78.
12. **Кейн Э.** Экономическая статистика и эконометрия. М.: Наука, 1977, Вып. 1, 2.
13. **Кильдинов Г.С., Френкель А.А.** Анализ временных рядов и прогнозирование. М.: Статистика, 1973. 432 с.
14. **Клеопатров Д.И., Френкель А.А.** Прогнозирование экономических показателей с помощью метода простого экспоненциального сглаживания. Статистический анализ экономических временных рядов и прогнозирование. М.: Наука, 1973. 298 с.
15. **Косовцева Т.Р., Беляев В.В.** Технологии обработки экономической информации. Адаптивные методы прогнозирования. СПб.: Университет ИТМО, 2016. 31 с.
16. **Леонова Ж.К., Осипова Е.** Прогнозирование развития сферы образовательных услуг // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. №4. С. 316-320.
17. **Маршалова А.С.** Управление экономикой региона. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2003. 404 с.
18. **Мудунов А.С., Цахаева К.Н.** Предприятия сферы услуг: анализ моделей и методов // Вопросы структуризации экономики. 2012. №1. С. 62-65.
19. **Рожков Л.Н., Френкель А.А.** Выбор оптимального параметра сглаживания в методе экспоненциального сглаживания. Основные проблемы и задачи научного прогнозирования. М.: Наука, 1972. 154 с.
20. **Brown R.G.** Smoothing, Forecasting and Prediction of Discrete Time-Series. New Jersey, Prentice-Hall, 1962.

Oleg S. MUTRAKOV^a,
Zarima G. ZAINASHEVA^b,
Irik Z. MUKHAMETZYANOV^c

^{a-c} Ufa State Petroleum Technological University
(Ufa, Rep. of Bashkortostan, Russia);

^a Post-graduate student; e-mail: mutrakov@rambler.ru;

^b PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: zarema54@mail.ru;

^c PhD (Dr.Sc.) in Physical and Mathematical sciences, Professor;
e-mail: miz2004@yandex.ru

FORECASTING THE REGIONAL AUTOSERVICES SPHERE DEVELOPMENT (ON THE MATERIAL OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN)

The object of the authors' research is the regional autoservices market. The subject of the research is short-term forecasting of the main development indicators of the autoservices market in the Republic of Bashkortostan (RB). For forecasting, the authors use the basic adaptive Brown model with a modification of the coefficients of the model, taking into account the dynamics and trends of the main indicators. The main idea of the proposed modification of the adaptive forecasting model is to increase the informational content of the forecast by analyzing the dynamics of the coefficients of the model $a_0(i)$ and $a_1(i)$, $i = 1, \dots, k$. Essentially, the set of coefficients incorporates the influence of various factors that influence the process. In the forecast of the main development indicators of the autoservices market, gross indicators are used - total

Keywords:

service sector, autoservices,
market, forecasting,
demand, supply, region,
Republic of Bashkortostan

and average for many objects throughout the market with a periodicity of one year and for the short term, forecasting is carried out within the framework of the general class of linear extrapolations. Baseline data for key indicators are obtained from open sources of the Federal State Statistics Service, regional executive authorities, and the Avtostat analytical agency. A short-term forecast of indicators of demand and supply of the development of the market of autoservices in the Republic of Bashkortostan based on adaptive models has been carried out. A modification of the Brown forecasting procedure is proposed, which is characterized by amending the forecast coefficients by taking into account the dynamics of adaptive coefficients. Forecasted estimates of supply and demand, showing the attractiveness of investments in the development of regional autoservices, are obtained.

References

1. **Blinova, T. V., Mitrofanov, A. Yu., & Rusanovsky, A. V.** (2008). Prognozirovanie razvitija sektora uslug v strukture rossijskoj ekonomiki [Forecasting the service sector in the structure of the Russian economy]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki [Bulletin of Tambov University. Series: Humanities]*, 9(65), 336-344. (In Russ.).
2. **Box, G., & Jenkins, G.** (1974). *Analiz vremennyh rjadov. Prognoz i upravlenie [Time Series Analysis. Forecasting and Control]*. Moscow: Mir. (In Russ.).
3. **Borisevich, V. V.** (2000). *Prognozirovanie i planirovanie ekonomiki [Economy: Forecasting and Planning]*. Minsk: Ekoperspektiva. (In Russ.).
4. **Vladimirova, L. P.** (2000). *Prognozirovanie i planirovanie v uslovijah rynka [Forecasting and planning in market conditions]: A tutorial*. Moscow: Dashkov & Ko. (In Russ.).
5. **Volkov, O. I.** (2002). *Ekonomika predpriyatija (firmy) [Economics of enterprise (company)]: A textbook*. Moscow: INFRA-M. (In Russ.).
6. **Volodina, E. E.** (2017). Prognozirovanie razvitija innovacionnyh uslug v sfere infokommunikacij [Forecasting the innovative services development in the field of info-communications]. *Innovacionnoe razvitie ekonomiki [Innovative development of the economy]*, 5(41), 7-16. (In Russ.).
7. **Gladyshevsky, A. I.** (1997). *Metody i modeli otraslevogo ekonomicheskogo prognozirovanija [Methods and models of sectoral economic forecasting]*. Moscow: Economics. (In Russ.).
8. **Glushhenko, V. V.** (2000). *Prognozirovanie [Forecasting]*. Moscow: University book. (In Russ.).
9. **Davidovich, B. Ya., & so on.** (1972). *Metody prognozirovanija sprosa [Demand forecasting methods]*. Moscow.
10. **Johnston, J.** (1980). *Ekonometricheskie metody [Econometric methods]*. Moscow: Statistics. (In Russ.).
11. **Ivashkin, M. V., & Soroka, S. A.** (2018). Metodika prognozirovanija rezul'tatov dejatel'nosti organizacii sfery uslug [Methods of forecasting the performance of the organization of the service sector]. *Vestnik Tihookeanskogo gosudarstvennogo universiteta [Pacific State University Bulletin]*, 1(48), 73-78. (In Russ.).
12. **Kane, E.** (1977). *Ekonomicheskaja statistika i ekonometrija [Economic statistics and econometrics]*. Moscow: Science. (In Russ.).
13. **Kildinov, G. S., & Frenkel, A. A.** (1973). *Analiz vremennyh rjadov i prognozirovanie [Time-Series Analysis and Forecasting]*. Moscow: Statistics. (In Russ.).
14. **Kleopatrov, D. I., & Frenkel, A. A.** (1973). *Prognozirovanie ekonomicheskikh pokazatelej s pomoshch'yu metoda prostogo eksponencial'nogo sglazhivaniya. – Statisticheskij analiz ekonomicheskikh vremennyh ryadov i prognozirovanie [Forecasting economic indicators using the*

- simple exponential smoothing method. – Statistical analysis of economic time series and forecasting*]. Moscow: Nauka. (In Russ.).
15. **Kosovtseva, T. R., Beljaev, V. V., & Kosovtseva, T. R.** (2016). *Tehnologii obrabotki ekonomicheskoy informacii. Adaptivnye metody prognozirovaniya [Economic information processing technologies. Adaptive forecasting methods]: A tutorial*. St. Petersburg: ITMO University. (In Russ.).
 16. **Leonova, Zh. K., & Osipova, E.** (2012). Prognostirovanie razvitiya sfery obrazovatel'nyh uslug [Forecasting the development of educational services]. *RISK: Resursy, informacija, snabzhenie, konkurencija [RISC: Resources, information, supply, competition]*, 4, 316-320. (In Russ.).
 17. **Marshalova, A. S.** (2003). *Upravlenie ekonomikoj regiona [Regional Economy Management]: A tutorial*. Novosibirsk: Siberian Agreement. (In Russ.).
 18. **Mudunov, A. S., & Tsakhaeva, K. N.** (2012). Predpriyatija sfery uslug: analiz modelej i metodov [Enterprises in the service sector: analysis of models and methods]. *Voprosy strukturizacii ekonomiki [Questions of structuring the economy]*, 1, 62-65. (In Russ.).
 19. **Rozhkov, L. N., & Frenkel, A. A.** (1972). *Vybor optimal'nogo parametra sglazhivaniya v metode eksponencial'nogo sglazhivaniya. – Osnovnye problemy i zadachi nauchnogo prognozirovaniya [Selection of the optimal smoothing parameter in the exponential smoothing method. – The main problems and objectives of scientific forecasting]*. Moscow: Science. (In Russ.).
 20. **Brown, R. G.** (1962). *Smoothing, Forecasting and Prediction of Discrete Time-Series*. Prentice-Hall, New Jersey.

Мутраков О.С., Зайнашева З.Г., Мухаметзянов И.З.

Прогнозирование развития сферы региональных
автосервисных услуг (на материалах Республики
Башкортостан) // Сервис в России и за рубежом.
2019. Т. 13. Вып. 1. С. 136-151. DOI: 10.24411/1995-
042X-2019-10111.

Mutrakov, O. S., Zainasheva, Z. G., & Mukha-

metzyanov, I. Z. (2019). Forecasting the regional
autoservices sphere development (On the material
of the Republic of Bashkortostan). *Servis v Rossii i za
rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 136-
151. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10111. (In Russ.).

УДК 332.1

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10112

НОВИЧКОВ Николай Владимирович

*Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);
Доктор экономических наук, профессор, Советник Министра культуры РФ;
e-mail: novichkov@gmail.com*

НОВИЧКОВА Александра Владимировна

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при президенте РФ, Нижегородский институт управления – филиал (Н. Новгород, РФ);
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: ale-novichkova@yandex.ru*

Совершенствование деятельности ресурсных центров в инновационном развитии системы образования страны

В статье рассмотрены основные аспекты модернизации системы российского образования путём реализации программы создания ресурсных центров с целью усиления соответствия требованиям современного рынка труда. Статья изложена в соответствии с концепцией мобильного инновационного развития экономики и привлечения инвестиций. Благодаря совместным усилиям государства, бизнеса и образования на базе профессиональных образовательных организаций создаются современные ресурсные центры, оснащённые современными тренажёрами и высокотехнологичным оборудованием. В статье освещаются вопросы развития государственно-частного партнёрства через совершенствование деятельности ресурсных центров на базе среднего профессионального образования (СПО).

В статье проанализирована деятельность двух ресурсных центров, включая Ресурсный центр профессионального образования по технологии и дизайну на базе Института пищевых технологий и дизайна, проведена оценка их деятельности, выявлены основные проблемы и предложены направления совершенствования их деятельности.

В первом разделе приведена характеристика ресурсных центров, определены цели и задачи их деятельности, а также проведена оценка педагогического состава. Второй раздел статьи посвящён выявлению основных проблем в функционировании ресурсных центров Нижегородской области, основная из которых недостаточная квалификация преподавателей в системе СПО. В третьем разделе авторами предложены рекомендации по совершенствованию деятельности ресурсных центров, среди которых повышение квалификации преподавателей, через создание системы обучения, направленной на развитие профессиональных умений и навыков на базе самих ресурсных центров.

В заключении сделаны выводы о том, что предоставляемые ресурсными центрами качественные образовательные услуги являются основой формирования конкурентоспособного специалиста для развитого общества.

Ключевые слова:

ресурсный центр, среднее специальное образование, инновационная система образования, государственно-частные партнёрства

Введение. В настоящее время достаточно остро стоит вопрос подготовки профессиональных кадров, которые должны быть востребованы на рынке труда и должны соответствовать требованиям инновационной экономики [7].

Такую подготовку могут обеспечить ресурсные центры, которые представляют собой интегрированное имущественное сочетание кадровых, методических, педагогических, материально-технических и других ресурсов [8].

Инновационные факторы внешней среды оказывают влияние на показатели компетентности специалиста, которая складывается из совокупности деловых, личностных и профессиональных компетенций [5].

Только работники, готовые к профессиональному выполнению своих функций и способные трудиться с максимальной отдачей могут обеспечить эффективное взаимодействие и интеграцию образовательных, государственных и бизнес-структур с целью повышения их инновационной активности и экономического роста государства в целом [4].

Современные потребности общества в соответствии с условиями инновационной экономики должны обеспечиваться профессионально-подготовленными специалистами, готовыми развивать способности каждой личности [3].

Согласно Национальной технологической инициативе, направленной на формирование принципиально новых рынков и глобального технологического лидерства России к 2035 году, и промышленно-экономической специфики Нижегородской области в регионе реализуется уникальный проект государственно-частного партнёрства – создание Ресурсных центров на базе профессиональных образовательных организаций¹.

¹ Приказ Министерства образования Нижегородской области от 01.02.2011 №156 «О проведении мероприятий по созданию на базе государственных образовательных учреждений начального профессионального и среднего профессионального образования ресурсных центров профессионального образо-

Проект направлен на стратегическую цель: кадровое обеспечение российской промышленности рабочими и инженерами через формирование нового типа профессиональных кадров для высокотехнологичной экономики: компетентных энергичных людей с высоким уровнем интеллекта, развитыми творческими способностями в современных областях науки и техники, способностью к быстрому переобучению.

1. Исследование деятельности ресурсных центров в Нижегородской области

Нижегородская область является одним из крупных промышленных регионов с высококоразвитым научным потенциалом, крупнейшим транспортным, торговым и культурным центром Российской Федерации. Для обеспечения мобильного инновационного развития экономики, в Нижегородской области создаётся сеть территориально-отраслевых образовательных кластеров путём организации сетевого взаимодействия учреждений, реализующих обучение по программам профессионального общего образования, а также высшего и дополнительного образования при активном соучастии ведущих предприятий, организаций и научных школ.

Благодаря совместным усилиям государства, бизнеса и образования в регионе на базе профессиональных образовательных организаций созданы современные ресурсные центры, оснащённые современными тренажёрами-имитаторами сложной технологической оснастки с уникальным высокотехнологичным и наукоёмким оборудованием.

В настоящее время в регионе функционируют более двадцати ресурсных центров профессиональных образовательных организаций

В регионе выстроена чёткая система управления кадрами, оптимально настроены образовательные ресурсы для гибкого реагирования на динамичность изменений среды

вания». URL: <http://minobr.government-nnov.ru?id=5903> (дата обращения: 11.02.2019).

занятости, что, конечном итоге, определяет будущую кадровую стратегию области. Для этих целей был создан Координационный совет по управлению кадровым развитием области, в состав которого входят представители власти, бизнеса и общественности.

Для анализа и оценки эффективности деятельности ресурсных центров в Нижегородской области выделим следующие показатели:

1. Количественные показатели трудоустройства выпускников программ, реализуемых Центром.
2. Согласованность перечня реализуемых программ актуальным и перспективным потребностям рынков труда с учётом решения задач технологической модернизации и роста потенциала субъектов Российской Федерации с ФГОС.
3. Число обучающихся по программам.
4. Результаты обучающихся Центра в олимпиадах и других мероприятиях профессионального мастерства.
5. Показатели квалификации преподавателей.

Объектами исследования выберем Инновационный центр-инкубатор по подготовке и переподготовке рабочих широкого профиля и специалистов в условиях реформы ЖКХ и строительства на базе ГБПОУ «Нижегородский индустриальный колледж» (Центр-1) и Ресурсный центр профессионального образования по технологии и дизайну на базе Института пищевых технологий и дизайна (Центр-2).

А. Инновационный центр-инкубатор по подготовке и переподготовке рабочих широкого профиля и специалистов в условиях реформы ЖКХ и строительства. Открыт 15 сентября 2009 г. Отрасль: жилищно-коммунальное хозяйство, машиностроение. Предприятия-партнёры: предприятия «Группы ГАЗ», АО «Красный якорь», ООО «Наш дом», Строительная компания «52», АО «Нижегородский машиностроительный завод», ГЗАС им. Попова, ООО «НПП «Прима», ООО «Сервисный центр», СТО «Маз-Камаз», «Волжская промышленная компания», «Ресторанный

Мир Нижнего», ЗАО «Турист», ЗАО «Меридиан», ЗАО «Лир».

Основные цели и задачи²:

1. Объединение, интеграция и концентрация образовательных ресурсов, реализующих обучение и переподготовку квалифицированных рабочих кадров и экспертов, востребованных рынком труда Нижегородской области.

2. Подготовка и переподготовка на основе эффективных инновационных педагогических, производственных и информационных технологий современных рабочих кадров и специалистов, удовлетворяющих потребностям экономики Нижегородской области.

3. Транслирование инновационных педагогических, производственных и информационных технологий в однопрофильные образовательные учреждения Нижегородской области.

4. Разработка и внедрение рабочих учебных планов и программ с целью адаптации к изменяющейся социально-экономической ситуации в обществе, максимального удовлетворения требований потребителей и заказчиков образовательных услуг и повышения эффективности обучения.

5. Анализ потребностей в профессиональном обучении в Нижегородской области и формирование перечней профессий (квалификаций) для перспективного планирования деятельности Колледжа.

6. Разработка и систематизация нормативной документации, определяющей и обеспечивающей единство требований к учебной деятельности Колледжа, подготовка учебно-методической документации, соответствующей современным требованиям производства и требованиям к образовательному процессу.

7. Организация стажировок для мастеров производственного обучения.

8. Участие в областных конкурсах профессионального мастерства для обучающихся и

² Положение о ресурсном центре ГБПОУ «Нижегородский индустриальный колледж». URL: http://www.nik.nn.ru/page/add_education/ (дата обращения: 11.02.2019).

мастеров производственного обучения по профилю Центра.

9. Опережающая подготовка, переподготовка специалистов, востребованных на региональном рынке труда на основе интеграции компетентностно-ориентированного образования и инновационных производственных технологий.

*Оценка эффективности деятельности
ресурсного центра*

1. Соотношение числа трудоустроенных с общим количеством выпускников показано на рис. 1.



Рис. 1 – Соотношение трудоустроенных выпускников Центра-1 с общим количеством

Таким образом, соотношение числа трудоустроенных выпускников от общего числа составило: в 2015 году – 35,3%, в 2016 году – 50,4%, в 2017 году – 86,9%.

2. Соответствие перечня реализуемых программ с ФГО. Количество программ – 5:

- повар-кондитер;
- плиточник-облицовщик;
- слесарь;
- токарь-универсал;
- оператор станков с программным управлением.

3. Число студентов на 2017 г. – 1450 чел.

4. Результаты обучающихся Центра в олимпиадах и других мероприятиях профессионального мастерства: 3 место на Региональном чемпионате профессионального ма-

стерства WorldSkills по компетенции «Сварочные технологии»; 1 место на Региональном чемпионате профессионального мастерства World Skills по компетенции «Дизайн одежды»³.

5. Уровень квалификации преподавателей показан в табл. 1. Количество преподавателей, имеющих высшую категорию, составляет 33%.

Таблица 1 – Уровень квалификации преподавателей Центра-1

Показатель	Значение
Общее число преподавателей, чел.	104
Число преподавателей, успешно прошедших аттестацию, чел.	34
Процент числа аттестованных преподавателей по отношению к общему показателю, %	33

Б. Ресурсный центр профессионального образования по технологии и дизайну. Открыт 28 сентября 2012 г. Отрасль: сфера услуг, индустрия моды. Предприятия-партнёры: Филиал ОАО «РОСНО-МС», ООО «АмРест», Архитектурно-строительная мастерская «Проспект А», ЗАО «ЭНЕРГОПРОМРЕСУРС», ГБУК НО «Нижегородский государственный академический театр оперы и балета им. А.С. Пушкина, ООО «Нижегородская Школа Модельеров».

Основные цели и задачи⁴:

1. Ресурсное обеспечение качественно нового уровня среднего профессионального образования, дополнительного профессионального образования и профессионального обучения.

2. Обеспечение квалифицированными кадрами рабочих и специалистов среднего звена творческих проектов Нижегородской

³ Отчёт о результатах самообследования «Нижегородский индустриальный колледж» за 2017 год. URL: <http://nik.nn.ru/uploads/files/91b4/9831d82447.pdf> (дата обращения: 11.02.2019).

⁴ Положение о ресурсном центре ИПТД «Ресурсный центр профессионального образования по технологии и дизайну». URL: http://www.iptd.nn.ru/page/add_education/ (дата обращения: 11.02.2019).

области и России.

3. Развитие государственно-частного партнёрства между сферой услуг и профессиональным образованием на основе взаимодействия ИПТД с предприятиями и организациями, учреждениями общего и профессионального образования.

4. Разработкам реализация инновационной системы подготовки специалистов среднего звена в сотрудничестве со стратегическими партнёрами.

5. Развитие учебно-производственной инфраструктуры кадрового сопровождения организаций в сфере услуг.

Оценка эффективности деятельности ресурсного центра:

1. Соотношение числа трудоустроенных с общим количеством выпускников показано на рис. 2.



Рис. 2 – Соотношение трудоустроенных выпускников Центра-2 с общим количеством

Таким образом, соотношение числа трудоустроенных выпускников от общего числа составило: в 2015 году – 91,1%, в 2016 году – 100%, в 2017 году – 98,6%.

2. Соответствие перечня реализуемых программ с ФГО. Количество программ – 3:

- технолог-конструктор;
- специалист по рекламе;
- дизайнер.

3. Число студентов на 2017 г. – 101 чел.

4. Результаты обучающихся Центра в олимпиадах и других мероприятиях профессионального мастерства: 1 место на Всерос-

сийском творческом конкурсе «Моя Москва, моя столица»; 1 место на IV Региональном чемпионате «Молодые профессионалы»⁵ [7].

5. Уровень квалификации преподавателей приведён в табл. 2. Количество преподавателей, имеющих высшую категорию, составляет 61%.

Таблица 2 – Уровень квалификации преподавателей Центра-2

Показатель	Значение
Общее число преподавателей, чел.	57
Число преподавателей, успешно прошедших аттестацию, чел.	35
Процент числа аттестованных преподавателей по отношению к общему показателю, %	61

Таким образом, основным направлением деятельности ресурсных центров в регионе является концентрация материально-технической базы с целью реализации основных профессиональных образовательных программ. Ресурсные центры – решение проблемы кадрового дефицита в сфере рабочих профессий.

Большинство центров выпускают специалистов высокого качества, об этом свидетельствуют данные показателей трудоустройства выпускников по специальности на ведущие предприятия города.

Активно реализуется программа внедрения обучения по наиболее востребованным специальностям в соответствии с ФГОС ТОП-50.

Организация работы по профессиональному становлению студентов на базе ресурсных центров способствует высокой мотивации к обучению, результатом которой является демонстрация результатов студентов на всевозможных олимпиадах, чемпионатах рабочих профессий.

⁵ Отчёт о результатах самообследования «Ресурсный центр профессионального образования по технологии и дизайну» за 2017 год. URL: <http://www.iptd.nn.ru/uploads/files/85n2/2745h93216.pdf> (дата обращения: 11.02.2019).

2. Основные проблемы функционирования ресурсных центров в Нижегородской области

Проанализировав деятельность ресурсных центров Нижегородской области, важно отметить некоторые несовершенства в их функционировании. Первой существенной проблемой на пути к успешному развитию и функционированию является недостаточность, а иногда отсутствие информации о долгосрочном трудоустройстве выпускников. К сожалению, информация часто бывает актуальна лишь в первые годы трудоустройства выпускника, руководство ресурсных центров интересуется лишь сам факт трудоустройства, как показатель эффективного функционирования образовательной организации.

Ещё одним важным недостатком является относительно небольшое число предприятий-партнёров ресурсных центров. Несмотря на то, что создание ресурсных центров – это новый инновационный путь в системе российского образования, нельзя забывать – не все предприятия готовы к обеспечению финансирования образовательных организаций.

Квалификация преподавателей – решающий критерий в оценке деятельности образовательного учреждения, так как развитие инновационного образования – очень быстрый процесс, не все могут актуализироваться и полностью отвечать запросам развивающейся образовательной системы. К сожалению, во многих ресурсных центрах квалификации обучающего персонала отведено слишком мало внимания: в некоторых учреждениях нет даже и половины сотрудников, прошедших через систему повышения квалификации. Возможно, это происходит потому, что на курсы повышения квалификации тратится слишком много времени, кроме того, любая проверка знаний – это большой стресс, что является немаловажным фактором неспособности отвечать на вызовы времени среди сотрудников старшего возраста. Важно отметить, что курсы повышения квалификации чаще всего проводятся в специализированных учреждениях, таких как ГБОУ ДПО НИРО, ко-

торые удалены от места работы и жительства сотрудников.

Иногда эта проблема может быть связана с определенной репутацией образовательной организации, либо с недостаточным уровнем доверия населения. Более того, часть населения нашей области совершенно не представляет себе ресурсный центр, так как идея инновационного образования – относительно новый проект в системе российского образования. Представители ресурсных центров так же слабо заинтересованы в продвижении такого проекта: отсутствует освещение деятельности на телевидении, радио, количество опубликованных статей в СМИ (рис. 3) и количество проведённых профориентационных мероприятий за 2017 год (рис. 4) существенно низкое для региона такого масштаба. Следовательно, многие просто не имеют никакой возможности узнать о перспективе инновационного образования, таким образом, велика вероятность к снижению количества обучающихся.

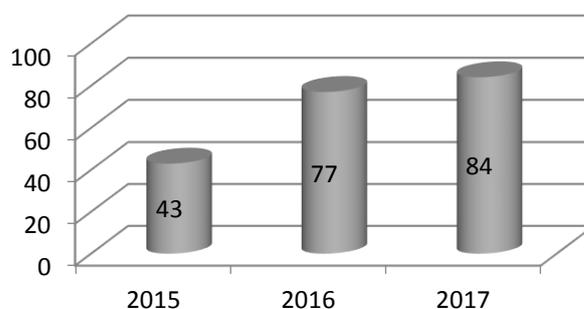


Рис. 3 – Количество опубликованных статей о ресурсных центрах в 2017 г.

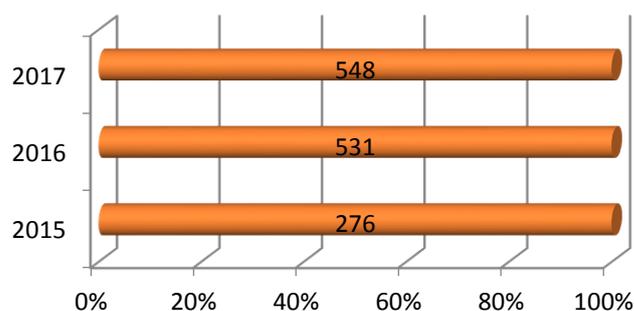


Рис. 4 – Количество профориентационных мероприятий в ресурсных центрах в 2017 г.

Сегодня ресурсные центры являются той базовой площадкой, где начата подготовка по ФГОС ТОП-50, перечню профессий и направлений подготовки, которые являются наиболее востребованными и перспективными [6]. В Нижегородской области, к сожалению, на данный момент внедрена лишь малая часть программ подготовки квалифицированных рабочих кадров в соответствии с ФГОС ТОП-50. Внедрение новых программ требует дополнительного материально-технического обеспечения, что, в свою очередь, невозможно без достаточного финансирования.

Таким образом, несмотря на эффективность показателей работы ресурсных центров в Нижегородской области, многие из них требуют решения ряда проблем для дальнейшего развития и достижения целевых показателей.

3. Направления совершенствования деятельности ресурсных центров в Нижегородской области

В качестве направлений совершенствования деятельности ресурсных центров можно предложить несколько вариантов. Одним из таких является долгосрочный мониторинг системы трудоустройства выпускающихся студентов. К сожалению, в ресурсных центрах Нижегородской области такой индикатор управления качеством предоставления образовательных услуг как мониторинг применяется лишь в некоторых организациях. Принципами проведения мониторинга, прежде всего, являются: достоверность, актуальность, непрерывность (осуществление мониторинга на постоянной основе), единство (осуществление мониторинга по одним и тем же критериям), доступность (вся собранная информация о трудоустройстве должна предоставляться как сотрудникам, так и абитуриентам). Весь процесс мониторинга включает в себя 3 стадии: сбор информации, синтез и анализ. Первая стадия, как правило, включает личный и телефонный, либо интернет-опрос выпускника.

Ещё одним направлением развития данных организаций может являться исследование желаемого места работы студентов [1].

Такое исследование, как правило, проводится с помощью анкетирования, либо опроса. Цель: выявить предпочтения студента. Показателями данного исследования будут являться: желаемая должность, организация, территориальные предпочтения. Кроме того, студенты получают возможность выразить своё мнение в отношении предпочтения трудоустройства на какое-либо предприятие, не являющееся партнёром-работодателем ресурсного центра. Таким образом, это данная информация поможет организации выбрать новых, дополнительных, а главное востребованных студентами партнёров-работодателей.

В качестве ещё одной рекомендации можно предложить руководителям ресурсных центров обратить внимание на продвижение своих услуг: реклама на ТВ, публикации в СМИ, проведение открытых уроков/мастер-классов/тренингов/профорориентационных мероприятий на бесплатной основе позволят повысить заинтересованность и доверие абитуриентов [2]. Так же очень важно, чтобы население имело доступ к полному объёму информации, касающейся обучения. Кроме того, информация о деятельности организации должна быть актуальной, достоверной и открытой. Данный путь развития поможет увеличить поток абитуриентов и повысить популярность организации, а так же, привлечь дополнительных инвесторов.

Пытаясь увеличить поток абитуриентов, нельзя не отметить, что это потребует и увеличения материально-технической оснащённости от ресурсного центра. Каждый ресурсный центр должен быть оснащён такой материально-технической базой, которая смогла бы отвечать требованиям современного производства и подготовки кадров для ведущих предприятий региона. В качестве решения проблемы дефицита учебных лабораторий и дорогостоящего оборудования можно предложить систему создания сетевого взаимодействия и кооперации ресурсов по разным направлениям. На базе головной организации создаются современные ресурсные центры,

которые являются базой для качественной подготовки кадров всех участников сетевого взаимодействия. Такой подход обеспечит в дальнейшем высококачественное образование за счёт преобразования и развития управленческих, материально-технических, финансовых, кадровых и других возможностей и основ. Кроме того, такой подход позволит расширить возможности появления новых специальностей в соответствии с ФГОС ТОП-50. Появление новых специальностей потребует увеличения числа сотрудников образовательной организации, таким образом, появятся новые дополнительные рабочие места на должностях преподавателей ресурсных центров.

Решением проблемы повышения квалификации преподавателей будет являться создание системы обучения на базе самих ресурсных центров, позволяя улучшать свои

навыки и умения, «не уезжая из дома». Кроме того, современная система образования в России позволяет внедрить систему дистанционного обучения.

Выводы. Таким образом, целью любого ресурсного центра является формирование и воспитание конкурентоспособного специалиста через оказание образовательных услуг высокого качества, доступных каждому, кто хочет получить профессиональное образование. Именно качество образовательных услуг, предоставляемых ресурсным центром, рассматривается как решающий фактор успеха функционирования рынка, так и важнейший фактор повышения уровня жизни общества. Улучшая качество образовательных услуг, мы обеспечиваем устойчивое развитие и стремимся занять лидирующее положение среди российских образовательных учреждений.

Список источников:

1. **Ахметов Ш.Р., Хисамеева Л.Р., Низамова А.Х.** Развитие ресурсных центров как одно из направлений модернизации профессионального образования // *Современные проблемы науки и образования*. 2015. №3. 59 с.
2. **Ломакина Т.Ю.** Ресурсный центр как единица системы профобразования // *Профессиональное образование*. 2016. №12. 15 с.
3. **Новичков Н.В., Серебренников С.С.** Стратегические инициативы в экономике // *Экономист*. 2014. №6.
4. **Новичкова А.В.** Повышение эффективности управления бизнесом через построение моделей корпоративной памяти // *Интернет-журнал «Науковедение»* (Институт государственного управления, права и инновационных технологий). 2013. №6(19).
5. **Новичкова А.В.** Формирование модели корпоративной памяти в системе управления знаниями инновационных организаций: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. М.: ГУУ, 2012.
6. **Посталюк Н.Ю.** Модели ресурсных центров // *Профессиональное образование*. 2016. №12. 12 с.
7. **Helloway H.** The benefits of coaching: Manual. 2011.
8. **Hurwell W.** Business training // *Personnel Management*. 2009. Vol.2(19).

Nikolai V. NOVICHKOV^a,
Alexandra V. NOVICHKOVA^b

^a *Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);
PhD (Dr.Sc) in Economics, Advisor of the Minister of culture of the
Russian Federation; e-mail: novichkov@gmail.com*

^b *Nizhny Novgorod Institute of management – branch of Russian pres-
idential academy of national economy and public administration
(Nizhny Novgorod, Russia); PhD in Economics, Associate Professor;
e-mail: ale-novichkova@yandex.ru*

IMPROVING THE RESOURCE CENTERS ACTIVITIES IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE EDUCATION SYSTEM OF THE COUNTRY

The article deals with the main aspects of the modernization of the Russian education system through the implementation of the program of creating resource centers in order to enhance compliance with the requirements of the modern labor market. The article is presented in accordance with the concept of mobile innovative development of the economy and attracting investment. Thanks to the joint efforts of the state, business and education, modern resource centers equipped with modern simulators and high-tech equipment are being created on the basis of professional educational organizations.

The article consists of three main sections that cover the development of public-private partnership through the resource centers improvement on the basis of secondary special education.

The article analyzes the activities of two resource centers, including the Resource Center of Vocational Education in Technology and Design on the basis of the Institute of Food Technology and Design, assesses their activities, identifies the main problems and suggests ways to improve their activities.

The first section presents the characteristics of resource centers, the goals and objectives of their activities, as well as an assessment of the teaching staff.

The second section of the article is devoted to the identification of the main problems in the functioning of the resource centers of the Nizhny Novgorod region, the main of which is the lack of qualification of teachers in the system of secondary vocational education.

In the third section, the authors propose recommendations for improving the activities of resource centers, including the training of teachers, through the creation of a system of training aimed at the development of professional skills on the basis of the resource centers.

It is concluded that the quality educational services provided by resource centers are the basis for the formation of a competitive specialist for the society development.

Keywords:

*resource center,
secondary special education,
innovative education system,
public-private partnerships*

References

1. **Akhmetov, Sh. R., Khisameeva, L. R., & Nizamova, A. H.** (2015). Razvitie resursnyh centrov kak odno iz napravlenij modernizacii professional'nogo obrazovanija [Development of resource centers as one of the areas of vocational education modernization]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija [Modern problems of science and education]*, 3. (In Russ.).
2. **Lomakina, T. Yu.** (2016). Resursnyj centr kak edinica sistemy profobrazovanija [Resource Center as a unit of vocational education]. *Professional'noe obrazovanie [Professional Education]*, 12. (In Russ.).

3. **Novichkov, N. V., & Serebrennikov, S. S.** (2014). Strategicheskie iniciativy v ekonomike [Strategic Initiatives in Economics]. *The Economist*, 6. (In Russ.).
4. **Novichkova, A. V.** (2013). Povyshenie effektivnosti upravlenija biznesom cherez postroenie modelej korporativnoj pamjati [Improving the efficiency of business management through the construction of corporate memory models]. *Internet-zhurnal «Naukovedenie» (Institut gosudarstvennogo upravlenija, prava i innovacionnyh tehnologij) [Internet journal "Naukovedenie" (Institute of Public Administration, Law and Innovation Technologies)]*, 6 (19). (In Russ.).
5. **Novichkova, A. V.** (2012). *Formirovanie modeli korporativnoj pamjati v sisteme upravlenija znaniyami innovacionnyh organizacij [Formation of a corporate memory model of innovative organizations]*: Candidate of Economics dissertation: author's abstract. Moscow: GUU. (In Russ.).
6. **Postalyuk, N. Yu.** (2016). Modeli resursnyh centrov [Resource Center Models]. *Professional'noe obrazovanie [Professional Education]*, 12. (In Russ.).
7. **Helloway, H.** (2011). *The benefits of coaching: Manual*.
8. **Hurwell, W.** (2009). Business training. *Personnel Management*, 2(19).

Новичков Н.В., Новичкова А.В.

Совершенствование деятельности ресурсных центров в инновационном развитии системы образования страны // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 152-161.
DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10112.

Novichkov, N. V., & Novichkova, A. V. (2019). Improving the resource centers activities in the innovative development of the education system of the country. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 152-161. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10112. (In Russ).

УДК 348, 631

DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10113

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
им. ак. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
Сочинский государственный университет (Сочи, РФ);
доктор экономических наук, профессор; e-mail: recreachin@rambler.ru*

Деловые информационные услуги как фактор экономического развития отрасли

Статья посвящена перспективам применения деловых информационных услуг в различных функциональных областях финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Предметом статьи являются деловые информационные услуги как вид экономической деятельности. Цель исследования – выявление перспективных направлений развития отраслей экономики на основе комплексного применения информационно-аналитического сопровождения управленческих и производственных процессов. Гипотеза исследования заключается в обосновании модели управления отраслевыми предприятиями на основе оптимизации информационной среды и применения деловых информационных услуг.

Основные методы исследования: системный и ситуационный подход, моделирование социально-экономических процессов, формально-логический анализ.

Результаты работы заключаются в комплексной характеристике информационной услуги с точки зрения процессного и системного подходов, оценка их роли в финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Установлено, что применение деловых информационных услуг способно положительно решить широкий спектр управленческих и производственных задач, оптимизировать основные бизнес-процессы, в результате чего будет достигнут комплексный экономический эффект. Сформирована теоретическая модель управления отраслевыми предприятиями на основе деловых информационных услуг, в которой показаны основные актуальные направления их внедрения и полученные результаты. Результаты исследования могут применяться в различных видах экономической деятельности, адаптироваться к отраслевым и региональным особенностям.

Направления будущих исследований связаны с определением количественного и качественного эффекта от внедрения деловых информационных услуг для предприятий различных отраслей, обоснование полученной экономии и роста прибыли в абсолютных и относительных показателях, что представляет интерес в современных условиях поиска путей оптимизации бизнес-процессов.

Ключевые слова:

*информационная услуга,
деловые информационные
услуги, консалтинг,
бизнес-процесс, реинжиниринг,
теоретическая модель,
система управления*

Научно-технический прогресс и информатизация социально-экономической сферы определяет вектор развития общества и бизнеса, способствует возникновению новых видов деятельности, связанной с аналитическим сопровождением ключевых областей промышленности и сферы услуг.

Современный этап, начавшийся с создания первых электронно-вычислительных машин и последующей транзисторной революцией, способствовал появлению глобальной информационной сети, которая дала толчок к переходу человечества в эру информационной экономики. Вместе с этим появились новые сферы производства, накопления, потребления и обмена благами. Одной из активно развивающихся областей социально-экономической деятельности стала сфера информационных услуг [6, 7].

Рынок информационных услуг в России находится в стадии формирования, поэтому основные понятия и механизмы взаимодействия основных участников недостаточно разработаны в науке. В отечественной науке следует отметить Дворкиной М.Я., Денисовой А.Л., Николаевой Т.П., Мелюхиной И.С., Сиднеевой Ю.Е. и др. Отмечается, что условия для развития деловых информационных услуг на базе цифровых платформ и технологий способствуют инновационному сценарию развития государства, отдельных отраслей экономики и регионов, преодолевают геополитические и санкционные ограничения [2].

Информационная услуга является «экономической формой» информации, формой её экономической реализации, использования, обмена, присвоения и потребления.

Под информационным продуктом понимается информация, подготовленная с учётом потребностей пользователей и предназначенная для их удовлетворения; информационная услуга – действия субъектов (собственников и владельцев) по обеспечению пользователей информационными продуктами [5].

Корабейников И.Н. [3] полагает, что современное представление об информацион-

ной услуге заключается в её трактовке как форме экономической реализации информации, манипуляции с информационными продуктами, действия для удовлетворения информационных потребностей, специфический товар в виде последовательности процессов и т.д. По утверждению Тамбовцева В.Л. информационная услуга – это получение и предоставление в распоряжение пользователей различных информационных продуктов. Информационный продукт – это информация, зафиксированная на материальных носителях, которые обеспечивают передачу информации во времени и пространстве между различными потребителями для решения определенных задач. Информационный продукт может быть заложен и храниться в различных носителях: на бумаге, компьютерных дискетах, твердотельных цифровых накопителях, файлах, лазерных дисках, магнитных лентах и др. [8].

Особенности понятия «информационная услуга» можно охарактеризовать следующим образом:

- направленность на отдельные преимущества и эффекты;
- отождествление понятий «информационная услуга», «информационный продукт», «результат информационной услуги»;
- отсутствие системного подхода, учитывающего понятийную базу и экономическое содержание информационной услуги.

Экономическая составляющая информационных услуг является важной особенностью, определяющей их рыночную и потребительскую ценность. Актуальность влияния деловых информационных услуг на экономическое развитие заключается в том, что, используя современные коммуникационные технологии, преодолеваются административные границы, работа с информацией осуществляется в глобальном масштабе, пользователь получает доступ к всемирным информационным услугам и к различным базам данных. Такое расширение рыночного пространства влияет на изменение спроса на информационные услуги, а следственно и на диверсифи-

кацию предложения.

В сфере информационных товаров и услуг остаётся нерешённой проблема ценообразования, так как не разработаны нормативно-правовые гарантии собственности на информацию, отсутствует «расходование», существующие оценки информационных продуктов не позволяют измерить ценность информации [1].

Прощалыкина А.Н считает, что цена на информационные товары и услуги формируется под воздействием системы ценообразовательных факторов (политических, психологических, экономических, технических, технологических и др.), которые имеют разную направленность и потенциал влияния, зависящие от конкретной ситуации и периода времени. Следовательно, процесс формирования цены связан не только с производственными, но и с рыночными условиями [4]. Существует сектор государственных инфор-

мационных услуг, они ещё не имеют официально закреплённого правового статуса, их особенностью является предоставление информации и информационных материалов, подготавливаемые государственными организациями.

На сегодняшний день основным средством распространения информации, а также информационных услуг, является глобальная информационная сеть – интернет. Сейчас нельзя себе представить ни одну компанию, которая бы не пользовалась информационными услугами, ведь они значительно упрощают рабочий процесс и расширяют возможности (будь то сервисы для упрощённого ведения бухгалтерского учёта, интернет-маркетинг, облачная биржа труда и т.д.).

Универсальность потребности в информационных услугах бизнес-среды с точки зрения процессного подхода представлена схематично (рис. 1).

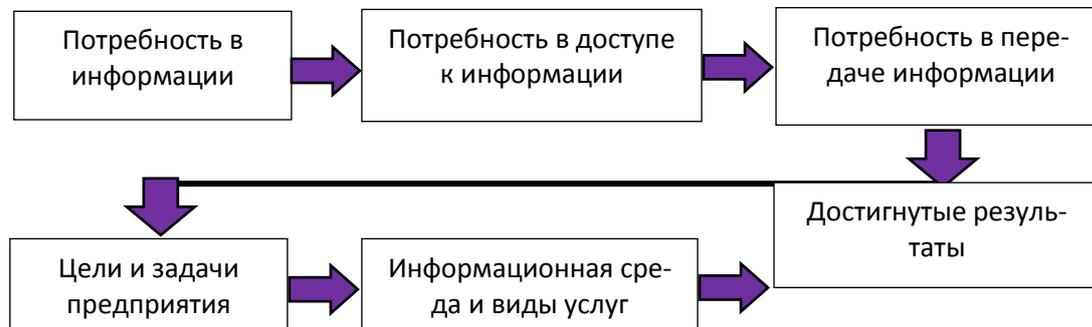


Рис. 1 – Процессный подход к определению значимости информационных услуг для бизнес-среды

Информационная среда является определяющим фактором эффективных коммуникаций, получения достоверной информации на всех уровнях управления и производства. Оптимальная информационная среда обеспечивает быстрое принятие управленческих решений, сокращая время ожидания и финансово-экономические потери, способствует гибкости системы управления.

Различные виды деловых информационных услуг активно пользуются спросом и

оказывают влияние на результаты в различных функциональных областях деятельности бизнеса и некоммерческих структур (рис. 2).

Информационная среда предприятия основана на применении информационных и коммуникационных технологий, способствующих объединению продавцов и покупателей продукции и услуг, персонала в единую систему. В табл. 1 приведены данные статистики Росстата по организациям, использующим информационные технологии.

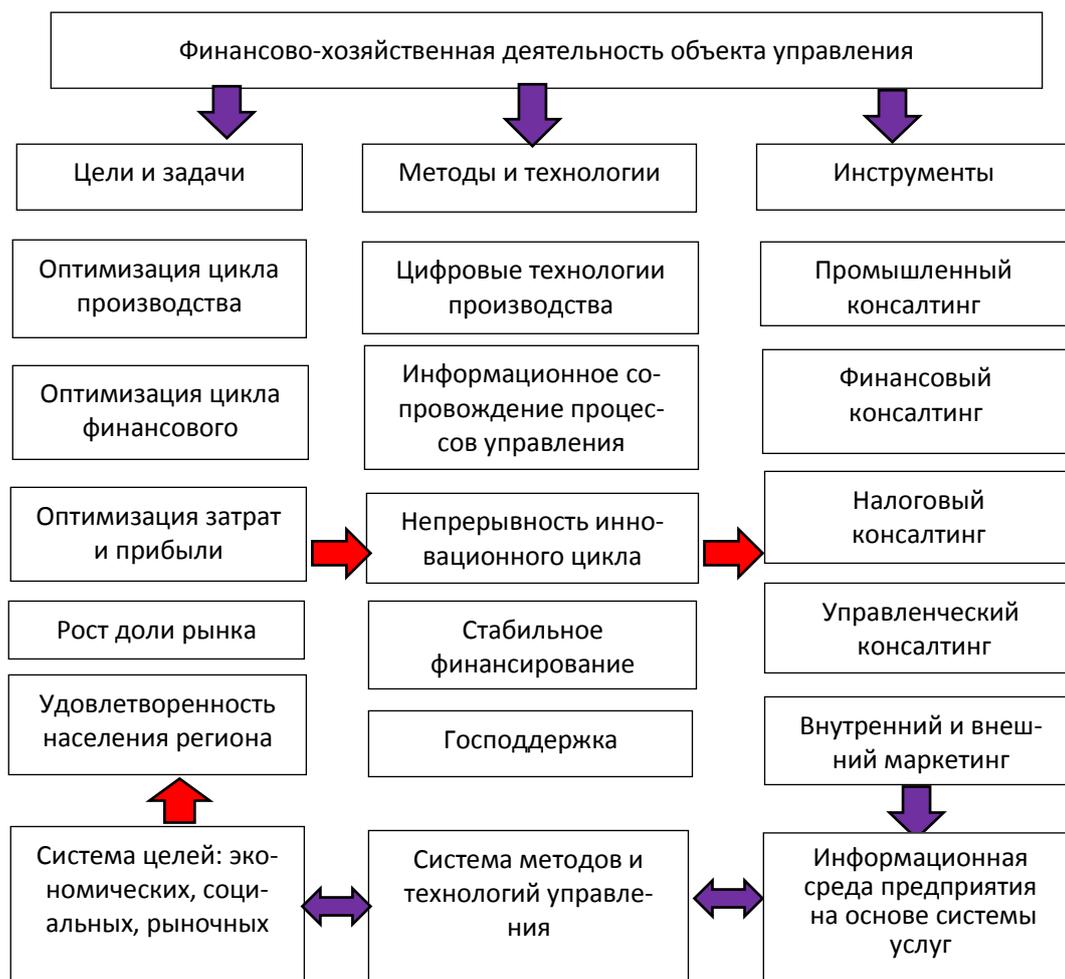


Рис. 2 – Системный подход к роли информационных деловых услуг в финансово-хозяйственной деятельности объекта управления

Таблица 1 – Организации, использующие информационные и коммуникационные технологии (% от общего числа обследованных организаций)¹

Показатель	2015	2016	2017
персональные компьютеры	92,3	92,4	92,1
серверы	47,7	50,8	50,6
локальные вычислительные сети	63,5	62,3	61,1
электронная почта	84	87,6	88,3
глобальные информационные сети	89	89,6	89,7
из них Интернет	88,1	88,7	88,9
в т.ч. широкополосный доступ	79,5	81,8	83,2
Интранет	19,2	21,6	26,2
Экстранет	16,9	15	16,6
Организации, имевшие веб-сайт в сети Интернет	42,6	45,9	47,4

¹ Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rossstat/ru/statistics/accounts/

Исходя из данных табл. 1 можно заметить, что около 90% всех обследованных организаций используют информационные технологии. С каждым годом увеличивается процент компаний, использующих глобальную информационную сеть интернет, а также увеличивается число организаций, имеющих свой веб-сайт в сети Интернет. Количество персональных компьютеров в этих организациях варьируется в незначительном диапазоне, это связано с тем, что для использования информационных услуг не обязательно иметь персональный компьютер, есть множество гаджетов, которые способны решать аналогичные управленческие и производственные задачи.

В табл. 2 приведены затраты организаций на информационные и коммуникационные технологии по данным Росстата.

Таблица 2 – Затраты организаций на информационные и коммуникационные технологии по видам, %¹

Показатель	2015	2016	2017
на приобретение вычислительной техники и оргтехники	20,3	20	20
на приобретение телекоммуникационного оборудования	13,5	11,6	10,9
на приобретение программных средств	17,6	22,4	18,9
на оплату услуг электросвязи	22,2	19,3	17,6
из них на оплату к сети Интернет	5,9	5,5	4,7
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий	0,6	0,5	0,4
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг электросвязи и обучения)	20,1	20,3	25,3
прочие затраты	5,6	5,9	6,8

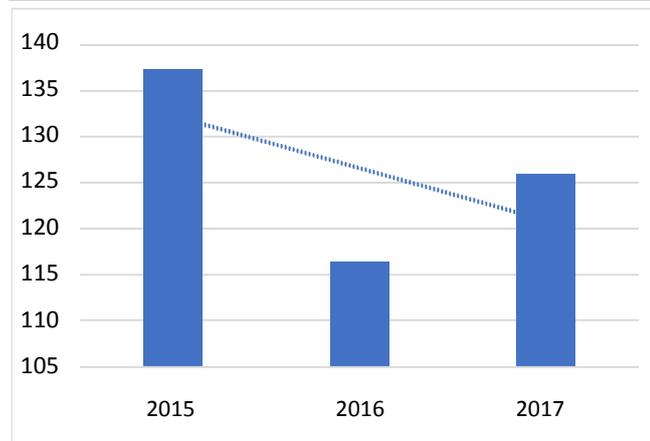


Рис. 3 – Суммарная выручка российского консалтинга, млрд. руб.

Проанализировав результаты табл. 2, мы видим, что с каждым годом у организаций возрастают затраты на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг электросвязи и обучения), а значит, что спрос на информационные услуги повышается.

Суммарная выручка консалтинговых компаний в 2016 году составила 116 400 млн рублей, что меньше показателя выручки 2015 года (137 400 млн рублей) на 15%. В 2017 году

суммарная выручка составила 126 000 млн рублей., что на 8% процентов превышает тот же показатель в 2015 году.

Таким образом, рынок консалтинга характеризуется сжатием спроса и стагнацией. По оценкам специалистов, дальнейшее сжатие спроса может привести к сокращению рынка консалтинга «...как по количеству игроков (закрытия бизнесов, слияния), так и по направлениям деятельности» [4].

Согласно рэнкингу 150 компаний, рынок налогового консалтинга в 2015 – 2017 гг. занимает существенную нишу сектора услуг, так в 2015 г. – это 6%, в 2016 г. – 8%, в 2017 г. – 7%. Данные показатели можно приравнять к доле финансового консалтинга и оценки [4]. Проанализируем выручку ТОП-10 компаний, получивших значительный доход от налогового консультирования за последние 15 лет (рис. 4).

За 15 лет рынок налогового консультирования увеличился с 310 млн. рублей до 5 347 млн. рублей. Рост потребности в услугах налогового консультирования можно связать с увеличением фискальной направленности налоговой политики. По мнению специалистов практиков, наиболее востребованными направлениями налогового консалтинга в 2017 году [4].

На основании проведенного анализа предложим теоретическую модель развития системы управления отраслевыми предприятиями (рис. 5).

Предлагаемая модель учитывает взаимосвязь информационной среды предприятия и деловых информационных услуг, которые качественно преобразовывают информационные потоки, наполняя их актуальным содержанием для объекта управления с учетом оперативных изменений в законодательстве и рыночной среде.

Ограничением развития сферы информационных услуг может стать агрессивная государственная политика по отношению к свободе работы глобальной информационной сети Интернет, а также законопроекты,

направленные на ограничение использования этой сети. Так законопроект Яровой, законопроект имеющий антитеррористическую направленность, обязывает операторов связи закупать за собственный счёт оборудование для сбора и хранения всей информации, ко-

торая передаётся пользователями, в течении полугода, что ведёт за собой колоссальное повышение цен на тарифы связи, существенно ограничивает перспективы развития информационных услуг в нашей стране, а следовательно и их влияние на экономику.

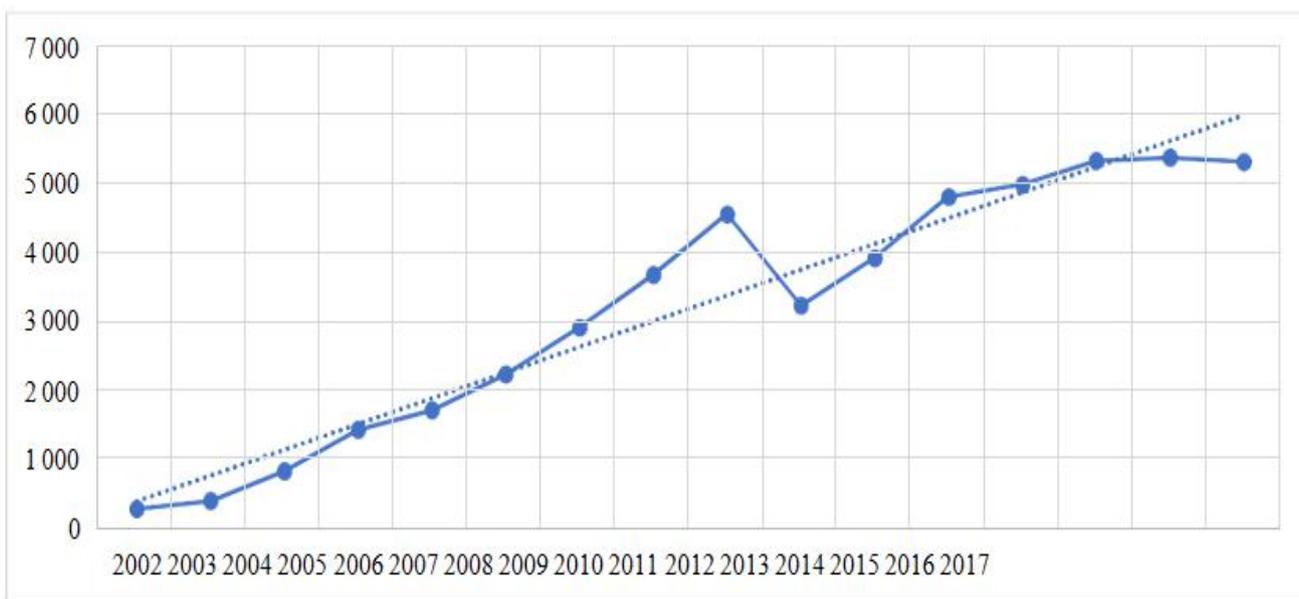


Рис. 4 – Динамика выручки от услуг по налоговому консультированию (млн. рублей)

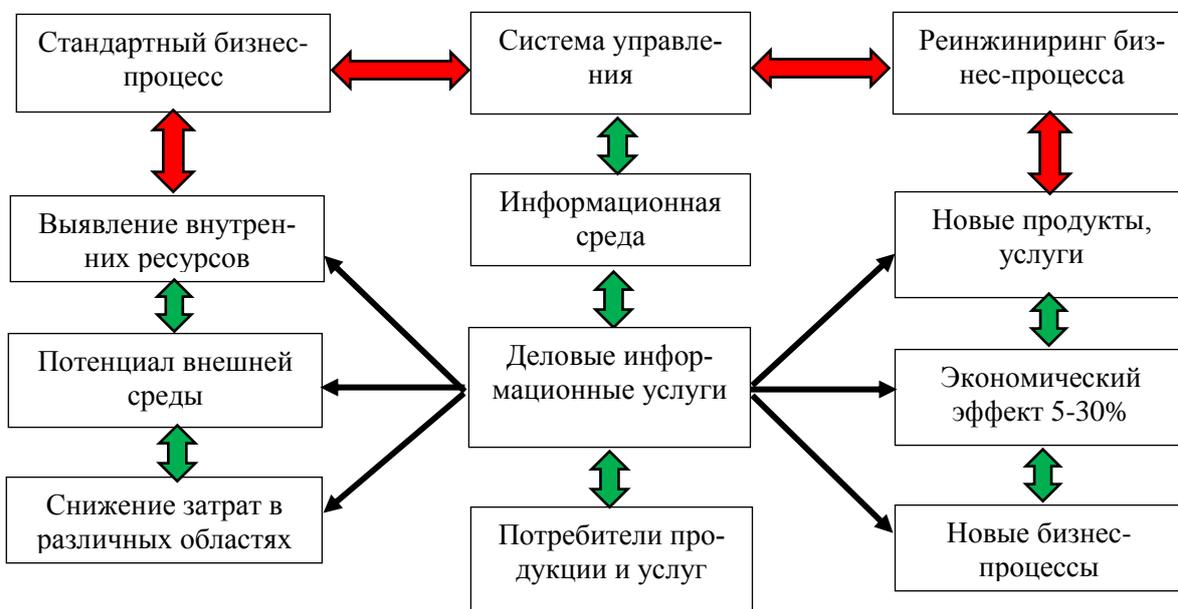


Рис. 5 – Модель системы управления отраслевыми предприятиями на основе деловых информационных услуг

Решением этой проблемы может стать отказ от принятия недоработанных законопроектов, экономическое обоснование кото-

рых не соответствует интересам рынка и потребителей, развитие альтернативных мер в области государственной безопасности, кото-

рые не будут препятствовать прогрессу и концепции устойчивого развития.

Ещё одной проблемой на пути развития сферы информационных услуг может стать авторское право, которое ограничивает, либо вовсе запрещает, использовать собственные наработки (или концепты) для доработки, усовершенствования, или же получения совершенно другого продукта, что существенно тормозит развитие индустрии. Решением является введение корректировок в «Закон об авторском праве и смежных правах», которые бы снимали все ограничения на использование и модернизацию продукта в научных целях.

Остаётся нерешённым вопрос, связанный с ценообразованием на информационные услуги. Решением этой проблемы является более детальное изучение всех аспектов, влияющих на сам производственный процесс, техническую составляющую продукта, специфики, его возможную выгоду и потенциал, а также анализ ситуации на рынке в данной сфере услуг.

В результате проведённого исследования можно сделать вывод, что общество развивается постоянно, производственные промышленные циклы и научно-технические революции способствуют формированию новых видов деятельности, продукции и услуг, которые впоследствии начинают оказывать значимое влияние на жизнедеятельность челове-

ка и экономику. Информационные технологии активно внедряются в социально-экономическую сферу, преобразуют её, способствуют повышению эффективности научно-технического прогресса в различных видах деятельности.

Рынок информационных услуг с каждым годом увеличивает своё влияние на мировую экономику, транснациональные корпорации с высокой капитализацией являются пионерами в области телекоммуникационных технологий и уже свыше 40 лет ведут свою деятельность в сфере информационных услуг и технологий. В России деловые информационные услуги являются динамично растущим сектором экономики, наибольшая активность приходится на промышленные и финансовые центры – Москву и Санкт-Петербург.

Влияние деловых информационных услуг на развитие предприятий различных отраслей проявляется в универсальности информационно-коммуникационного обмена, необходимости обеспечения качественных взаимосвязей системы управления и производства, постоянном анализе потребительского спроса. Повышение эффективности развития отраслей на основе внедрения деловых информационных услуг обусловлено поиском резервов для реинжиниринга ключевых бизнес-процессов с учётом потенциала внешней среды, который благоприятен для выбранного вида деятельности.

Список источников:

1. **Байрамукова А.С.-Х.** Информационные товары и услуги: специфика, классификация, ценообразование // Современные научные исследования. 2012. №7(4). С. 15-22.
2. **Мирзабеков А.М.** Формирование условий для эффективности деловых информационных услуг // Российское предпринимательство. 2013. №5. С. 69-75.
3. **Корабейников И.Н.** Информационная услуга: понятие, особенности, качества // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. №8(183). С. 71-79.
4. **Прощалыкина А.Н.** Особенности ценообразования на информационные продукты и услуги // Бизнес. Образование. Право. Вестник волгоградского института бизнеса. 2014. №2(27). С. 34-41.
5. **Савицкая И.Г.** Формирование рынка информационных услуг для реализации антимонопольной политики: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2011. 23 с.

6. **Сёмкина Н.Н.** Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. Орёл, 2005. 183 с.
7. **Ситдикова Л.Б.** К вопросу о соотношении понятий «информационная услуга» и «консультационная услуга» // Юрист. 2009. №8. С. 57-62.
8. **Тамбовцев В.Л.** Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. М.: Изд-во, 1993. 18 с.

Matvey S. OBORIN

*Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch);
Perm State National Research University;
Perm State Agro-Technological University named after
Academician D.N. Pryanishnikov (Perm, Russia);
Sochi State University (Sochi, Russia);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru*

BUSINESS INFORMATION SERVICES AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE INDUSTRY

The article is devoted to the prospects of using business information services in various functional areas of financial and economic activities of enterprises and organizations. The subject of the article is business information services as an economic activity. The purpose of the study is to identify promising development areas of economic sectors on the basis of integrated application of information and analytical support of management and production processes. The hypothesis of the study is to justify the management model of industrial enterprises based on the optimization of the information environment and the use of business information services.

Main research methods: system and situational approach, modeling of socio-economic processes, formal and logical analysis.

The results of the work consist in a comprehensive description of information services in terms of process and system approaches, assessment of their role in the financial and economic activities of enterprises and organizations. It is established that the use of business information services can positively solve a wide range of management and production tasks, optimize the main business processes, resulting in a comprehensive economic effect. The theoretical model of management of the branch enterprises on the basis of business information services in which the main actual directions of their introduction and the received results are shown is created. The results of the study can be used in various types of economic activities, to adapt to industry and regional characteristics.

The directions of future research are related to the definition of quantitative and qualitative effect of the introduction of business information services for enterprises of various industries, the rationale for the savings and profit growth in absolute and relative terms, which is of interest in modern conditions of finding ways to optimize business processes.

Keywords:

*information service,
business information services,
consulting, business process,
reengineering, theoretical
model, management system*

References

1. **Bayramukova, A. S.-H.** (2012). Informacionnye tovary i uslugi: specifika, klassifikaciya, cenoobrazovanie [Information products and services: specificity, classification, pricing]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya [Modern Scientific Research]*, 7(4), 15-22. (In Russ.).
2. **Mirzabekov, A. M.** (2013). Formirovanie uslovij dlya ehffektivnosti delovyh informacionnyh uslug [Formation of conditions for the effectiveness of business information services]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo [Russian Entrepreneurship]*, 5, 69-75. (In Russ.).
3. **Korabeynikov, I. N.** (2015). Informacionnaya usluga: ponyatie, osobennosti, kachestva [Information service: concept, features, qualities]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Orenburg State University]*, 8(183), 71-79. (In Russ.).
4. **Proshchalykina, A. N.** (2014). Osobennosti cenoobrazovaniya na informacionnye produkty i uslugi [Features of pricing for information products and services]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo. Vestnik volgogradskogo instituta biznesa [Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd Institute of Business]*, 2(27), 34-41. (In Russ.).
5. **Savitskaya, I. G.** (2011). *Formirovanie rynka informacionnyh uslug dlya realizacii antimonopol'noj politiki [Formation of the information services market for the implementation of anti-trust policy]*: Candidate of Economics dissertation: author's abstract: 08.00.05. St. Petersburg. (In Russ.).
6. **Syomkina, N. N.** (2005). *Gosudarstvennoe regulirovanie rynka informacionnyh produktov i uslug [State regulation of the market of information products and services]*: Candidate of Economics thesis: 08.00.01. Orel. (In Russ.).
7. **Sitdikova, L. B.** (2009). K voprosu o sootnoshenii ponyatij «informacionnaya usluga» i «konsul'tacionnaya usluga» [On the question of the relationship between the concepts of “information service” and “consulting service”]. *Yurist [The Lawyer]*, 8, 57-62. (In Russ.).
8. **Tambovtsev, V. L.** (1993). *Pyatyj rynek: ekonomicheskie problemy proizvodstva informacii [The fifth market: economic problems of information production]*. Moscow: Izdatelstvo. (In Russ.).

Оборин М.С. Деловые информационные услуги как фактор экономического развития отрасли // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. Вып. 1. С. 162-170.
DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10108.

Oborin, M. S. (2019). Business information services as a factor of economic development of the industry. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 13(1), 162-170. doi: 10.24411/1995-042X-2018-10108. (In Russ.).

Гастрономическое впечатление - 2019»

Миссия конкурса - привлечь внимание к вопросам продвижения локальных территорий России через традиции и/или инновации в производственно-хозяйственной деятельности по выращиванию сельскохозяйственного и животноводческого сырья, его промышленной и ремесленной переработке, культуре торговли и потребления готовых продуктов питания и напитков. Приглашаем к участию гастрономические и винные школы, организаторов мастер-классов и программ о еде и напитках, событийных мероприятий, производителей, продавцов, кондитеров, рестораторов, дегустационные залы, авторов и издателей, собирателей рецептов, галерейные, музейные проекты, проекты городской и сельской среды, СМИ, ТВ-каналы, программы о еде и гастрономических путешествиях, интернет издания, блоги, форумы



www.tour-taste.ru

Лучший туристский портал-2019

Миссия конкурса – выявить и поддержать выдающиеся заслуги разработчиков, организаторов и руководителей туристских интернет-порталов, содействуя повышению доверия к интернет-среде туризма, ее привлекательности для рекламодателей и инвесторов, а также созданию в России единого туристского интернет-сообщества. Приглашаем к участию авторов, дизайнеров, разработчиков и руководителей туристских сайтов и порталов



**SUPERIOR
TOURISM PORTAL**

professional award

www.tour-portal-rf.ru



СЕРВИС В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

<http://service-rusjournal.ru>