

Сетевой научный журнал

СЕРВИС В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

ISSN 1995-042X

Т. 14, No. 4(91)
2020



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС Туристский бренд: лучшие практики

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
ТУРИСТСКИЕ КОНКУРСЫ

www.тур-бренд.рф
www.tour-map.ru



<http://service-rusjournal.ru>

СЕРВИС

T. 14, No. 4 (91)

2020

В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

ISSN 1995-042X

Сетевой научный журнал

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, SCiARY, 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, SCiARY, 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

2020, Vol. 14, No. 4 (91)

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 ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА	6
Арпентьева М.Р., Меньшиков П.В., Баженова Н.Г., Кузнецова Н.В., Коробченко А.И. Психолого-педагогические компоненты туристической деятельности (на примере глэмпинга)	6
Оборин М.С. Современная концепция развития экологического туризма в России	22
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ	33
Азарян А.А. Социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды	33
Кицис В.М., Калабкина И.М. Франчайзинговые сети в туризме России	44
МАРКЕТИНГ УСЛУГ И ТЕРРИТОРИЙ	57
Долгалева Л.М., Шумакова Е.В., Сергеева Е.К. Эколого-экономические подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала для устойчивого развития малоосвоенных территорий (на примере Республики Саха (Якутия))	57
Гладкий А.В., Кыливык В.С. Первая частная мультидисциплинарная музейная коллекция санатория «Авангард» в городе Немиров Винницкой области Украины	69
Хаткевич А.А., Сашнина О.В. Управленческий аспект социокультурного проектирования (на примере межрегиональной выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока»)	80
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	94
Оборин М.С. Проектирование сетевого механизма управления гостиничным бизнесом	94
Павленко И.Г., Киреева М.М. Теоретические подходы к определению ресурсного потенциала малых средств размещения	105
Камшечко М.В. Проектная деятельность как обязательная часть образовательного процесса студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»	114
Ушаков Р.Н., Макарова А.Н. Проблемы и перспективы подготовки бакалавров и магистров по направлению подготовки «Гостиничное дело» с позиции гостиничной индустрии	123

CONTENT

Vol. 14, No. 4 (91)
2020

EDITOR'S NOTE	5
THEORETICAL ASPECTS OF ECONOMICS AND TOURIST SERVICE	6
Arpentieva M. R., Menshikov P. V., Bazhenova N. G., Kuznetsova N. V., Korobchenko A. I. Psychological and pedagogical components of tourist activities (using the example of glamping)	6
Oborin M. S. The modern development concept of ecological tourism in Russia	22
STATE, MUNICIPAL AND CORPORATE GOVERNANCE IN SERVICES SECTOR: CURRENT ISSUES	33
Azaryan A. A. Socio-economic basis for forming the service sector development strategy in an unstable external environment	33
Kitsis V. M., Kalabkina I. M. Franchise networks in Russian tourism	44
MARKETING OF SERVICES AND TERRITORIES	57
Dolgaleva L. M., Shumakova E. V., Sergeeva E. K. Environmental and economic approaches to assessing the tourism and recreational potential for the sustainable development of underdeveloped areas (The Republic of Sakha (Yakutia))	57
Gladkey A. V., Kulivnuk V. S. The first private multidiscipline museum collection on the territory of sanatorium "Avangard" in Nemyriv city, Vinnitsa region, Ukraine	69
Khatkevich A. A., Sashnina O. V. Management aspect of sociocultural projecting (using the example of interregional museum exhibition "Secrets of antiquities and rock paintings of Siberia and the Far East")	80
SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF DEVELOPING INDUSTRIES, COMPLEXES, BUSINESSES AND ORGANIZATIONS OF SERVICES SECTOR	94
Oborin M. S. Designing a network mechanism for managing a hotel business	94
Pavlenko I. G., Kireeva M. M. Theoretical approaches to determining the resource potential of small facilities	105
Kamshechko M. V. Project activity as a required part of the educational process of students in the area of preparation 43.03.03 «Hotel business»	114
Ushakov R. N., Makarova A. N. Problems and prospects of training bachelors and masters in the field of «Hospitality» from the hotel industry side	123

SERVICES
IN RUSSIA
AND ABROAD

INTERPRETER: **Alexandra V. Afanasieva**, PhD in Geography, Assoc. Prof.

The author of the cover photo: **Максим Жашкевич (@zhashkevych)** [unplash.com], 2020

КОЛОНКА

ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Представляем Вашему вниманию четвертый в 2020 году выпуск сетевого научного журнала «Сервис в России и за рубежом». Наш журнал продолжат практику публикации актуальных и практически значимых результатов исследований в сфере услуг.

В преддверии зимы в сфере туризма наблюдается некоторое оживление надежд на новогодний туристский сезон, который в аспекте эпидемии COVID-19 может стать временной передышкой для туристской отрасли, оказавшейся в крайне тяжелой ситуации в связи с закрытием возможности реализации турпродуктов в популярные массовые направления.

Одним из главных «развлечений» внутри профсреды в период карантинных ограничений стало прогнозирование будущего отрасли и попытки просчитать тренды ее ближайшего и более отдаленного развития.

На фоне дискуссий о перспективах массовой вакцинации и введения COVID-паспортов для туристов, а также этичной стороны этой идеи в принципе, появляются отдельные примеры стран и регионов, которые, даже в условиях продолжающейся пандемии, объявляют о том, что они готовы принимать туристов даже без соблюдения карантинного периода. Это самым ярким образом свидетельствует о том, какую значимую роль уже приобрела отрасль туризма и гостеприимства в экономике многих стран и регионов мира. Очевидно, что в «постпандемийном мире» мы станем свидетелями небывалого спроса на услуги организации отдыха и путешествий. И отрасль к этому активно готовится.

В профсреде продолжают настойчиво циркулировать слухи о предстоящей масштабной трансформации управленческой составляющей туризма в стране. Очевидно, что ситуация с пандемией COVID-19 станет спусковым механизмом для кардинальной перестройки всей архитектуры управления отраслью туризма в России.

Редакция журнала «Сервис в России и за рубежом» приглашает авторские коллективы из любых регионов России и стран мира делиться своими научно-практическими наработками и опытом преодоления кризисных явлений, видением моделей и механизмов посткризисного отраслевого развития.

Мы всегда рады сотрудничеству с Вами, уважаемые наши авторы и читатели!

Главный редактор О.Е. Афанасьев

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА THEORETICAL ASPECTS OF ECONOMICS AND TOURIST SERVICE

UDC 379.85+159.98+379.851
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10401

Mariam R. ARPENTIEVA

*Russian academy of natural sciences (Kaluga, Russia)
PhD (Dr.Sc.) of Psychology, Professor; e-mail: mariam_rav@mail.ru*

Petr V. MENSHIKOV

*K. E. Tsiolkovskiy Kaluga State University (Kaluga, Russia)
PhD in Psychology, Associate Professor; e-mail: edeltanne@list.ru*

Natalya G. BAZHENOVA

*Nosov Magnitogorsk State Technical University (Magnitogorsk, Chelyabinsk region, Russia)
PhD in Pedagogy, Associate Professor; e-mail: bajenova-magu@mail.ru*

Natalya V. KUZNETSOVA

*Moscow Lomonosov State University, (Moscow, Russia)
Research Fellow; e-mail: ikio@ikio.msu.ru*

Andrey I. KOROBCHENKO

*Irkutsk State Transport University (Irkutsk, Russia)
PhD in History, Associate Professor; e-mail: korobchenko-1968@mail.ru*

PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL COMPONENTS OF TOURIST ACTIVITIES (USING THE EXAMPLE OF GLAMPING)

Abstract. *The psychological and pedagogical aspects of tourism are relatively rarely the focus of researchers. There are very few works directly devoted to pedagogical and especially psychological, aspects, possibilities and limitations of tourism, including glamping and other innovative tourism practices and formats. There is an urgent need for a detailed study of tourism activities as human activities, studying the possibilities and limitations of tourism activities in human development. The research method is a theoretical analysis of the psychological and pedagogical capabilities and limitations of glamping. The study is connected with an attempt to identify psychological and pedagogical and related difficulties (limitations) and resources (opportunities) of glamping as a kind of ecological and ethnographic tourism aimed at solving the problems of human development as a person, as well as his or her development in interpersonal and educational-professional relations. The article notes the duality of glamping effects in the context of the individual development as a person, a partner and a professional. Although the practice of glamping as a whole creates conditions for the activation and development of a person's interest in nature and culture, as well as himself as a subject of nature and culture, its capabilities cannot be overestimated. Although glamping, like other tourist activity formats, can create conditions for the development of his activities as a person, partner and professional, but the basic orientation of glamping and its consumers towards comfort and luxury is more an attempt to escape from reality, rather than return to it. This will limit the ability of a person to work productively and effectively over their mistakes, coping with a difficult life situation. Glamping opportunities are associated with the activation, clarification and harmonization of a person's activity as a person, a partner and a professional in the course of psychological and pedagogical procedures, ranging from home therapy and hobby groups to travel therapy and events.*

Keywords: *glamping, ecological tourism, ethnic tourism, psychotherapeutic tourism, educational tourism, activities, home therapy, event.*

Citation: Arpentieva, M. R., Menshikov, P. V., Bazhenova, N. G., Kuznetsova, N. V., & Korobchenko, A. I. (2020). Psychological and pedagogical components of tourist activities (using the example of glamping). *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 6-21. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10401.

Article History

Received 16 October 2020
Accepted 19 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported
by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



УДК 379.85+159.98+379.851
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10401

АРПЕНТЬЕВА Мариям Равильевна

Российская академия естествознания (Калуга, РФ)

доктор психологических наук, доцент, член-корреспондент РАН; mariam_rav@mail.ru

МЕНЬШИКОВ Петр Викторович

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского (Калуга, РФ)

кандидат психологических наук, доцент; edeltanne@list.ru

БАЖЕНОВА Наталья Геннадьевна

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова (Магнитогорск,

Челябинская обл., РФ); кандидат психологических наук, доцент; bajenova-magi@mail.ru

КУЗНЕЦОВА Наталья Валентиновна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, РФ)

научный сотрудник; ikio@ikio.msu.ru

КОРОБЧЕНКО Андрей Иванович

Иркутский государственный университет путей сообщения (Иркутск, РФ)

кандидат исторических наук, доцент; korobchenko-1968@mail.ru

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГЛЭМПИНГА)

Психологические и педагогические аспекты туристики относительно редко становятся центром внимания исследователей. Очень мало работ, напрямую посвященных педагогическим, и, особенно психологическим, аспектам, возможностям и ограничениям туристики, в том числе глэмпинга и иных инновационных туристических практик и форматов. Существует насущная необходимость развернутого исследования туристической деятельности как деятельности человека, изучения возможностей и ограничений туристической деятельности в развитии человека. Цель исследования – анализ психолого-педагогических компонентов туристической деятельности на примере глэмпинга. Метод исследования – теоретический анализ психолого-педагогических компонентов туристической деятельности на примере глэмпинга. Исследование связано с попыткой выделения психолого-педагогических и сопутствующих им компонентов туристической деятельности, также трудностей (ограничений) и ресурсов (возможностей) глэмпинга как разновидности экологического и этнографического

туризма, нацеленной на решение задач развития человека как личности, а также его развитие в межличностных и учебно-профессиональных отношениях. В статье отмечается двойственность эффектов глэмпинга в контексте развития человека как личности, партнера и профессионала. Хотя практика глэмпинга в целом создает условия для активизации и развития интереса человека к природе и культуре, также самому себе как субъекту природы и культуры, ее возможности нельзя переоценивать. Хотя глэмпинг, как и иные туристические форматы активности, может создавать условия развития деятельности человека как личности, партнера и профессионала, однако базовая ориентация глэмпинга и его потребителей на комфорт и роскошь представляет собой скорее попытку уйти от реальности, чем вернуться к ней. Это ограничивает возможности продуктивной и эффективной работы человек над своими ошибками, совладание с трудной жизненной ситуацией. Возможности глэмпинга связаны с активизацией, прояснением и гармонизацией активности человека как личности, партнер и профессионала в ходе психолого-педагогических процедур, начиная от хоумтерапии и кружков по интересам и заканчивая тревел-терапией и ивентами.

Ключевые слова: глэмпинг, экологический туризм, этнический туризм, психотерапевтический туризм, образовательный туризм, деятельность, хоумтерапия, ивент.

Для цитирования: Арпентьева М.Р., Меньшиков П.В., Баженова Н.Г., Кузнецова Н.В., Коробченко А.И. Психолого-педагогические компоненты туристической деятельности (на примере глэмпинга) // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 6-21. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10401.

Дата поступления в редакцию: 16 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 19 ноября 2020 г.

Introduction. Modern tourism is developing actively in all respects, including innovative forms of service and organization of tourist trips. One of these forms is glamping (Boscoboinik, A., 2014; Cvelić-Bonifačić J., Milohnić In., Cerović Zd., 2017; Menshikov P.V., Kuznetsova N.V., Korobchenko A.I., Golubchikov G.M., Arpentieva M.R., 2020; Milohnić, I., Cvelic-Bonifacic, J., Licul, I., 2018; Perkins N., Twose S., 2015) [30; 34; 41; 43; 44]. The lack of knowledge of glamping is evident at almost all levels and relationships. However, behind this relatively new concept there is a rather long history of ethnic and ecological tourism, in their educational, (psycho)therapeutic, etc. modes. At the same time, these modes themselves are the least studied. The psychological and pedagogical aspects of tourism are relatively rarely the focus of researchers. There are very few works devoted to pedagogical and especially psychological, aspects, possibilities and limitations of tourism, including glamping and other innovative tourism practices and formats. However, the very active dynamics of the tourism sector already reflects the sometimes radically changing customer needs in this area, the intense and multifaceted transformations of the attitudes of people going on a tourist trip to themselves, the people around them, to nature and culture. Despite this, many existing works on the problems of tourism are often formal and, in the context we are considering, are so schematic in meaning and are addressed to the description of the external structure of tourism activity that they serve rather as reference information than a scientific research. There is a need for a detailed study of tourist activity as human activity. There is a need to study the possibilities and limitations of tourism in human development.

The study of tourism activity can be carried out in the context of different approaches, including within the framework of ideas about the activity nature of human development, about a person as a subject of relations arising, developing and transforming in activity and in relation to activity.

On the one hand, tourism activities can be classified as (quasi) professional and hobby

activities. It can also act as an activity that has a recreational or remedial and developmental meaning. In this capacity, she can integrate aspects of the development of a person as an individual, partner and professional. It can be responsible for the transformation of human relationships in each of these areas, including through targeted support for human development in times of crises (age and quasi-age, personal and interpersonal, professional and family, microsocial and macrosocial, etc.). The research carried out by us shows that people use tourist activity to achieve all these goals, but there are also those for whom travel has become a quasi-professional or hobby activity, and the tourist activity itself has become a full-fledged activity. At the same time, it is obvious that for a person such an approach to understanding it is temporary. Of course, a person's entire life can be considered as a path, but a journey that allows a person to hide from solving urgent problems (family, professional, and individual-personal) life is destructive. Therefore, travel, taking its place in the hierarchy of human activities, should serve his development as a whole; allow solving the problems of family and professional life, the problem of choosing directions for personal development proper, etc. But it should not replace them.

On the other hand, the tourism activity itself can be a factor of development, a resource for improving professional, family and hobby activities. Obviously, the tourist activity of a large number of clients is a direct attempt to compensate for the lack of resources arising in one area or another (for example, in communication with nature or other people outside the family and professional contexts). The meaning of reaction is usually reduced to such compensation. However, compensation is not enough, and compensation is carried out most fully when it comes to exchange, a person's dialogue with the world. Unfortunately, it is not easy for many people to enter into such a dialogue and exist in it, therefore tourism comes to their aid, including in its new formats and practices of "tourist services". But such "services" can be highly controversial, as glamping demonstrates.

Methods and methodology. The aim of the research is to analyze the psychological and pedagogical components of tourist activity using the example of glamping. The research method is a theoretical analysis of the psychological and pedagogical components of tourist activity on the example of glamping. The study is connected with an attempt to highlight the psychological, pedagogical and accompanying components of tourist activity, as well as the difficulties (limitations) and resources (opportunities) of glamping as a type of ecological and ethnographic tourism, aimed at solving the problems of human development as a personality, as well as its development in interpersonal and educational -professional relationship (Arshinova V.V., Tokar O.V., Kuznetsova N.V., Arpentieva M.R., Kirichkova M.E., Novakov A.V., 2018; Arshinova V.V., Kuznetsova N.V., Arpentieva M.R., Novakov A.V., Slepukhina G.V., Bykasova L.V., 2019) [3; 28].

Results of the study. Glamping is outdoor recreation with all the amenities and full hotel service. Another important condition for glamping is that it must be mobile and organically fit into the environment without harming it. The potential size of tourist demand for travel to unique natural and cultural sites in the form of glamping is colossal, according to tourism scholars and practitioners. However, tourists' requests are often faced with a lack of decent infrastructure and specialists who are ready to work in this area. Other problems in some countries, including Russia, are organizational, closely related to psychological and economic: the provision of high quality services presupposes a change in attitudes towards customers (from consumer to respectful, cooperative) and business in general (from enrichment to release socially, culturally and naturally significant activity). Nature meet luxury is possible there and then when the travel company understands what it does, what luxury is and what kind of relationships are created between people in a situation of luxury, which should be, unlike conventional, "5-star camping" (Dorofeeva A.R., 2020) [35]. It is important to understand that glampers and campers have significantly different needs

and desires, in addition to their common pleasure in contact with a particular beauty and dissimilarity of nature or culture. Camping involves interaction: dialogue with nature and other people, glamping, on the contrary, means isolation and solitude while having comfort and contact with nature. In addition, the principles of glamping organization voiced at the beginning of the twentieth century (Holding, Th.H., 1908/2014) are different from the principles of glamping. Thus, glamping can be considered as a type of ecological and / or ethno-cultural tourism associated with living in protected areas, including specially protected natural areas and water areas, as well as the so-called indigenous communal areas [39]. However, there are some peculiarities of clients choosing glamping that prevent the unambiguous equalization of ecological tourism and glamping tourism. Ecological tourism has a number of features (Arpentieva M.R., 2016, 2017; Afanasiev O. E., Afanasieva A.V., 2017), as well as ethnocultural tourism, which is also often directly related to glamping [1; 2; 3]. Therefore, glamping can be divided into ecological and ethnocultural / ethnographic. Therefore, glamping in general, many practitioners and scientists call more accurately and accurately "nature-based tourism", "open-air tourism", "outdoor tourism" (Miroshnichenko P.N., 2020) [18]. The motivators (motivators) for the choice of glamping (camping) among beginners, as noted by E. Brooker, M. Joppé and other researchers, are most often: the desire for self-realization among young people and other travelers who share the principles of a healthy and free lifestyle; desire to relax and a period of professional fatigue and disorientation in adults, caring for children and other family members; retirement for the elderly, knowledge of the world and the establishment of family ties for childless, as well as people not burdened with other concerns; nostalgia for childhood times (rest in the camp) and youth, as well as entertainment and structuring of time for wealthy pensioners; loss of loved ones and other crises, one way or another associated with the desire to avoid everyday difficulties, obligations and boundaries and the need for

transformation (Bezrukova, N.L., 2020; Brooker E., Joppe M., 2013; Birdir K., Unur K., Dalgıç A., 2015; Dorofeeva A.R., 2020; Erguven M.H., Yilmaz A.K., 2015; Fernandes, S. & Ferreira, D. & Alves, T.& Sousa, Br., 2020; Sandra F., Amaral S. Cl., Belem B., 2018) [5; 29; 31; 35; 36; 37; 46].

P.N. Miroshnichenko (2020) and some other researchers note that this type of recreation is designed for tourists with above-average incomes who want quality outdoor recreation, that glamping is a combined tourism product focused on both comfort and innovative service, and the experience acquired in the process of communicating with nature and culture [18; 27; 48]. At the same time, the main trend in the development of glamping is the growth of the segment of young and early adult consumers who prefer separate cottage houses (cabins) and gondolas (pods), ensuring safety and functionality, a combination of minimum sufficient amenities and proximity to sometimes harsh nature. Corporate parties and professional glamping events (usually on a short-term basis) are also becoming popular. The leader of glamping is and will continue to remain for a long time Europe, as well as North America, in Russia the prospects are not yet clear due to organizational problems [18]. Today in Russia there are up to 50 glampings: for such a huge country, which has absolutely immeasurable riches of culture and nature, this is extremely small. Most glamping sites are located within Moscow and the region, within a radius of 500 km, followed by the Leningrad region. It is a little easier to develop such tourism in many national parks, reservoirs, and the land is still cheaper. The rest of the glampings are spread all over Russia, from the Kola Peninsula to Kamchatka. Interesting examples of Russian glampings are as follows: "Forest and Sea" in the Tver region, "Green Path" in the Tula region, "Old Sig" in the Tver region, "Boho Camp" in Karelia, "Greenvald Park Scandinavia", "Shanti Home", "Hills & Huts" in the Leningrad region, "Polyana" in the Kaliningrad region, "Nikola Lenivets" in the Kaluga region, "Cheposh-park" in the Altai Republic. There are about 2,500 projects on the territory of small Great Britain, and about 10,000 around

the world. But, given the high potential for the development of eco-tourism in our country with all its possibilities and a variety of destinations, Russia can take a leading position among the countries specializing in this.

Glamping ("boutique camping", "comfy camping", "luxury camping", or "posh camping") is diametrically different from camping: people are independent in camping. They are willing to sacrifice comfort for the sake of nature, and in glamping, consumers are interested in comfort. These are people who, for various reasons, are not ready to give up their usual amenities even for the sake of natural beauty. These are also people who want to be served to a greater or lesser extent on vacation, etc. This is far from a "democratic" vacation, therefore, questions with glamping opportunities (recreational, developmental, etc.), more than answers.

The main external characteristics of glamping are as follows:

- remoteness of the recreation center from civilization, the location of the base must be in a beautiful and often inaccessible place (guests are delivered by jeeps or helicopters, etc.) and comfortable accommodation in pristine nature: "the goal of campgrounds is to be original, exotic, but at the same time to preserve all the features of a comfortable life and environmental "friendliness";
- thoughtful leisure: the organizers offer a whole range of different adventure, including psychotherapeutic activities – there are always options for excursions and authentic entertainment: from trekking or snowmobiling to horse races on ostriches or flying on the "dragon's wing", etc.;
- glamping is also characterized by greater or lesser ecological or ethnic authenticity or pseudo-authenticity: the interior and the menu resonate with the local culture and nature, and it is rational to create glamping bases in cooperation with the population of the so-called communal indigenous territories / local, indigenous population that preserves cultural traditions and the nature of the native land;
- Glamping organizers strive for aesthetics

and strive to convey the flavor of the local nature and local culture. They create thoughtful and often authentic leisure options: trekking, paragliders, horseback riding, etc., inside the house (capsule or bubble campsites, glass yurts, tree houses, bubble rooms, huts, bungalows, wigwams) everything should be organized so as to enjoy aesthetic sensations and be comfortable / comfortable, and similar. Usually the firm also provides a gorgeous view from the windows and doors of such an "authentic" house (on a tree, in a meadow, etc.);

- environmental friendliness of the interior and food, glamping is an eco-friendly tourism: it is characterized by a caring attitude towards nature and culture: glamping buildings and camps in general involve the use of natural materials, etc. They fit organically into the surrounding landscape without causing harm.

So, for example, an approach is practiced in which equipment and lighting work thanks to the energy of the sun and water, special materials are used for houses, pedestrian paths, parking lots (from geogrids), etc., so as not to interfere with animals, the device of tunnel crossings, crossings by trees or eco-ducks – landscape bridges, etc. structures designed to help animals cross artificial obstacles, such as roads or railways. Eco-ducks are built in a complex, in combination with protective structures that prevent animals from moving to dangerous territories and waters, etc. (Subbotin A.S., Dostovalova A.E., Smirnova V.A., 2020) [24];

- Common service standard is "All inclusive". Glamping has many of the hallmarks of a hotel, including many additional services typical of a hotel: reception, comfortable bed, comfortable bathroom, shower, restaurant, daily maid service, change of towels, cleaning, breakfast in bed. Here you can not only relax, but also work, for example, Wi-Fi is available. At the same time, although the concept of glamping partially overlaps with such a category of accommodation as "eco-hotel". But the latter term does not fully reflect the variety of accommodation options available in glamping and the services provided by glamping;

- within the framework of international

glamping standards, a system of basic requirements is introduced: hygiene, cleanliness, aesthetics, safety (comfort); active recreation in nature (physical education and sports, fitness or yoga); high quality of service (service); tourist "attractions" and specific objects of display (cognition); 5. program of special, targeted events, events (sociality).

Unfortunately, in Russia many of these requirements are not met, which negatively affects the development of glamping: the shortcomings of organizational work are reflected, first of all, in how concretely glamping ideas are implemented. Thus, businessmen, seeking to save energy and resources, often believe that any settlement in the wild can be called glamping. Therefore, they save on everything, starting with the choice of cheap building materials and up to cleaning the territories and repairing glamping sites. Another important disadvantage is the practice of deviating from the all-inclusive model: sometimes small but very annoying "blunders" in this business (such as an unexpected payment for some service, which is implied in an ordinary hotel by itself) spoil the impression of all the service. However, glamping must provide both service and high-class accommodation.

Glamping includes buildings or accommodation of simple type ("scouting"), buildings or accommodation of improved type ("glamping"), buildings – classic means of accommodation ("lodging"), each of which is assigned a category from 1 to 7 stars, depending on the level of service, services offered and a number of other factors. Despite the fact that glamping is associated with a "glamorous" holiday, the living conditions in each case differ. Somewhere tourists are offered comfortable tents with beds, a kitchenette and a shower. The flight of imagination of the creators and designers of glamorous campsites is not limited by anything. These can be ordinary wooden huts, futuristic transparent hemispheres, cozy Central Asian yurts or minimalist igloos. There are glampings with houses hidden in the branches of trees, and there are those in which transparent capsules are attached to the rocks.

Rest here in any case leaves vivid, unforgettable impressions. Unlike traditional tourist centers, the creators of such places try to organically blend into the environment so as not to disturb its atmosphere.

The glamping infrastructure includes cozy tents or other houses with a terrace, soft linens, as well as electrical outlets, internet, hot showers or even a bathtub, with a full toilet. In some places, glamping makers use designer interiors for visitors, hot tubs and plasma TVs with built-in entertainment systems. Glamping sites usually have hiking trails and other marked and guided routes such as bike trails, hiking trails, etc. As a rule, almost any glamping provides an opportunity for walking. Hiking is the short name for cross-country prepared trails with signs. Some slopes have places for climbing and / or training. Glamping often includes nearby berry and mushroom meadows: groves and forests are located both near the houses and directly on the territory of the glamping. Also, there is often a beach and a boat station near the houses, which makes both boat trips and fishing available, sometimes there are opportunities for diving. There are usually areas for barbecues and children's games on the territory; there is definitely a restaurant and / or a kitchen-dining room, which makes it possible, if you wish, to cook on your own. Customers often have the opportunity to sample at a restaurant or buy separate farm food and crafts. Also, glamping sites often have a cinema, coworking, library, concert hall. Glamping often offers opportunities for "photo hunting" of the glamping flora and fauna. Some glampings position themselves as a cross between a hotel, a lecture hall (educational "institution") and a space for cultural exchange (festival type). They are, as a rule, intended for a short stay, but have an extensive cultural, entertainment and even psychotherapeutic program. Sometimes glamping is called a recreation and recreation area directly: a retreat. In addition to travel therapy itself, the retreat can include hippotherapy and other zootherapy, dance movement therapy, therapy that includes admiring, observing nature (admiration and observation), etc.

But in any case, the accommodation is much more comfortable than in an ordinary tent. It is often cited that glamping relies on the use of Private Mobile / Portable Accommodations (PDAs) owned or rented by tourists. Tents, motorhomes / caravans, mobile homes were the first types of glamping. Later, "yurts, teepees, huts, yarangas, geras were added to the tents, which... are stylized objects of camping accommodation. New models have been added to motorhomes and caravans, which can completely replace residential apartments and provide conditions for a full-fledged living for the whole family. Tree houses, camping cabins, pods, geodesics, etc. have been added to mobile homes" (Chakhova D.A., Kobyak M.V., 2015) [26, p. 4]. At the same time, on the territory of glamping, special comfortable places for campings (pitches) are usually provided, but there are other formats: a) holiday parks (week-end parks), most of the pitches are occupied by rented or private mobile homes; b) touring parks to accommodate tourists with motorhomes / caravans; c) camping parks intended mainly for placing tents.

All these types of the camps are designed for different models of human life: as an individual, as a member of a community, a student or a professional, in a given camp: for example, in the latter case, the probability and focus on social interactions of tourists is clearly higher than in the first and second. More important, however, is the glamping program. In general, glamping as a multivariate practice can include forms focused mainly on 1) individual activity, 2) partner activity, 3) educational and professional (Aksöz, O. & Önem, B. & Aydın, B., 2020; Budiasa, I. M. & Supartana, I. & Nurjaya, I., 2019; Chakhova D.A., Kobyak M.V., 2015; Özhasar, Y. & Konak, S., 2019; Portela, R., 2019) [26; 27; 32; 42; 47]. This activity and work with it can be carried out both in parallel and separately. Among other things, relaxation and methods of distraction from difficult experiences, fuss and everyday problems, liberation from activities that have exhausted their inner meanings are of great psychotherapeutic importance. Such liberation makes it possible to

realize and direct one's efforts in the future towards goals that are more important for the person as a person, a partner and a professional.

It is also important to divide glumpings by dwelling type [21]. The dwelling, its influence on a person, is of particular importance in the context of the topics of our research, as well as many other studies. Therefore, the peculiarities of organizing living in glamping as a practice developing a person prompt researchers to analyze precisely the functions of a dwelling. Unlike traditional, actually travel-tourism programs that use natural and artificial metaphors, including landscape, etc., as well as events, to organize reflection and transform the client's experience, glamping tends more towards "psychotherapy at home" (home-based therapy) (Cortes, L., 2004, Friedman, D., 2012, Podsolonko V.A. et al., 2020; Zur, O., 2015) [33; 35; 45; 49]. One of the trends in recreation and tourism practices of 2020 is "home rest". Staycation is stay at home, full-fledged rest "here and now", which lasts on the territory of glamping from a couple of hours to several days in your city, or not far from it. A person does not need to spend a lot of effort, time and money to organize such a "reset", to take a vacation from work, etc. The fashion trend is now conquering Europe and America, is being introduced into the way of life of people and is becoming commonplace. It is often well added by events. Event is a special event marketing tool that allows you to manage the opinion and behavior of an audience specially invited to this event / event (event, event). Eventor (event manager) is a marketing specialist in organizing, conducting, planning an event project. When implementing travel therapy and events, special modifications of counseling or psychotherapeutic work are possible, aimed at personal, interpersonal or educational and professional difficulties and problems. Therefore, one of the perspectives of understanding glamping is associated with home therapy (Budilova N.V., 2019; Kidwell P., 2018; Marichi, Y., 2019; Nartova-Bochaver S.K., Bochaver A.A., Dmitrieva N.S., Reznichenko S.I., 2016) [8; 11; 16; 19]. The approach to understanding the psychological and

pedagogical capabilities and limitations of glamping is generally different from the activity approach; however, it can be integrated with it. Thus, the activity of a person inside and around his home can be considered as a projection of his activity in personal, interpersonal and professional relationships. Being in glamping itself can act as a process of coping with a crisis, a search and implementation of ways to cope. The "crisis" nature of the requests of many clients for glamping tourism reflects the productivity and efficiency of organizing and implementing the helping, including psychological and pedagogical support of clients' activity during their life in glamping.

As part of the educational situation, specialists use glamping in the context of creating specialized glamping camps for children, adolescents and young men, as well as adults and the elderly. In the case of a shorter stay and in some other cases, either the work of "hobby groups" or the profiling of glamping is possible, the stay in which is associated with educational tasks: from the basic tasks of ecological and ethnic (ethnocultural) tourism to specific professional and quasi-professional competencies, for example, glamping for parents-to-be. Pedagogical and andragogical and geronological models of education (upbringing and training) suggest the importance of active and interactive forms of training and upbringing. Personality development – one of the aspects of human development – is carried out as a process of the formation and realization of subjectivity, subjective activity. It starts with solving the problems of self-regulation of internal states and external behavior, and ends with the adoption and implementation of decisions on the directions and quality of further, including interpersonal and professional formation and development (Maslow A., 2002, etc.) [17]. Any tourism is an attempt to externally or even internally change a person's life activity, including the tasks of encouraging him to a freer and more independent attitude and behavior towards life, the tasks of improving his activity in various areas, including in the context of self-realization (and "self-

efficiency”) and “social implementation” (“social efficiency”). Any tourism can be viewed as an educational situation in which a person simultaneously and within the framework of a particular place (a tourist destination in the form of glamping, educational or psychotherapeutic “path” of one type or another), solves a system of problems. The ratio of such tasks for each person or group of people is individual. It depends both on the purpose and type of the tourist route, including glamping, and on the person himself:

- correctional and therapeutic: a) correction of addictions and deviations, including as a result of trauma, distress, disease, etc.; b) medical tourism, health improvement of the body or proper treatment within the framework of traditional (secular) and non-traditional (healing, etc.) medicine;

- recreational (restorative): a) sports-competitive and extreme; b) relaxation, actually recreation (recuperation), rest;

- ministry tasks (volunteering / volunteering), a) environmental, volunteering in the field of assistance to water areas and territories, their flora and fauna; b) ethnographic, volunteering in the study and support of ethnic cultures;

- educational: a) educational the appropriation and actualization of values and goals of being, the formation and development of a person as a person, a partner and a professional; b) training – assignment of new knowledge and skills (competencies);

- developmental, psychotherapeutic: a) overcoming blockades and barriers to development in the field of personal, interpersonal and professional functioning; b) adoption and primary implementation of vital decisions (elections).

In fact, all these tasks are closely related, including closely related educational and psychotherapeutic tasks, environmental and ethnographic, recreational and developmental, etc.

Very often, the problems and tasks of glamping clients can be described as metapathologies and overcoming metapathologies: 1) metapathologies associated with dilemmas that arise when they are disconnected from the ontological

basis of being (Ivanchenko G., 2008, Leontiev D.A., Mandrikova E.Yu., 2005) [10; 14], 2) deformation of the activity and identity of a person as an individual, partner and professional:

- dilemmas faced by a person lacking transparency (authenticity): super-complexity vs. utter simplicity, fanaticism vs. mistrust and cynicism, all-responsive activism vs. alienated apathy and uselessness;

- arising from the loss of life course guidelines and goals / aspirations: the chaos of the random vs. total determinism, fusion vs. isolation, disagreement with one's own vs. indifference, indifference to alternatives;

- dilemmas faced by a person who does not have a sense of proportion, internal and external harmony (congruence), prone to extremes: the eternal search for novelty vs. lack of change, “fearful conscience” vs. “dormant conscience”, excessively high bar or perfectionism and over-demanding vs. a low level of self-improvement tasks and other tasks.

Dilemmas can be viewed as metapathological options that are not optimal for human development, “neurotic” (Ivanchenko G.V., 2008) [10]. V. Frankl considered fatalism (refusal to be active and relinquishing responsibility for the search and realization of meaning, self-actualization and full functioning), conformism (conciliation and subordination to the opinion of the “majority” or the opinion that is presented as the opinion of the majority), as well as hedonism (the desire to comfort and well-being at the expense of love, creativity, etc.) collective, general neuroses of our time (Frankl V., 2014/2015) [25]. S. Maddy described these, in fact, the phenomena as types of “existential illness”, passing into existential or other neurosis, as the destruction of meaning as a result of psychological, biological-physical and socio-cultural stress / trauma:

- 1) somatization of traumatic experience and vegetation are associated with the inability to believe in the meaningfulness of efforts in a state of suffering; at the affective level, apathy and boredom appear, alternating with depression and associated with low energy and aimlessness;

2) nihilism arises when a person still has a sense of meaningfulness as “counter-meaningfulness,” that is, finding meaning in the fact that everything is meaningless. Nihilism is associated with states of irritation and disgust, destructive rivalry;

3) adventurism as involvement in any extreme, dangerous activity is associated with an attempt not to notice meaninglessness and “pseudo-existence” (Sasaki T., 1996; Kobasa S. C, Maddi S.R., 1983) [22; 40].

In this sense, the psychological (psychotherapeutic) and pedagogical tasks and functions of tourism, including glamping, are closely related. They reflect the inner meaning, the inner content of glamping:

- Human exploration of new territories and water areas, the experience of living in them activates the need for new abilities, causes the birth of new experiences, ideas, behavioral models and interactions. The creative potential of a person is activated already because a person finds himself in new life circumstances. Creativity “in a conspiracy against emptiness and nothingness. Love the existence of a thing more than the thing itself and your being more than yourself ... In order to successfully build, the first condition – sincere reverence for the three dimensions of space – to look at them not as a burden and an unfortunate accident, but as a God-given palace”, – wrote I. Mandelstam (quoted from Lotman Yu.M.) [15, p. 294].

Tourist travel is capable of activating what D.A. Leontiev describes it as a “sense of the way” [14]. It is an important component of the meaning of life, existential meaningfulness and fulfillment, which allows one to feel the “correctness” of specific decisions and actions, that is, authenticity or transparency. The choice made by a person who has this feeling is felt either as authentic or inauthentic, more or less advancing along the personal path, pushing towards him, leading away from him.

- The experience of overcoming difficulties activates the transformation of self-regulation methods, including coping with life's difficulties, harmonization and freedom. One of the most important moments is a new and visual

comprehension of the principles of the dialectic of “good” and evil, life and death, success and failure in the life of nature, the removal of artificial divisions in understanding the phenomena of human and natural life, more harmonious (congruent) and clear (transparent) understanding of what is happening outside and inside a person. The most fulfilling human being is not free from difficulties. Man is forced to live “simply created and godlike, strong and weak, limited and unlimited, animals and be able to transcend his animal essence, adults and children, frightened and courageous, progressing and regressing” (Maslow, A., 2002) [17, p. 143]. A similar idea was reflected by G.R.Derzhavin (1795/1957) [9]: “I am a king – I am a slave – I am a worm – I am a god! But being so wonderful. Did the split happen? – unknown; and I couldn't be myself. ”

This integration of opposing aspirations is the most important task of development, self-improvement, self-realization and social realization. The non-conflict of opposites is and is realized in this case not in the world of binary oppositions, duality, but in the world of ternarity (trinity) (K. Levi-Strauss, Yu.M. Lotman).

- The experience of contact with nature allows a person to get in touch with the true meaning of life, to reveal more or less large-scale metapathologies – pathologies of existential values. Metapathologies are the result of the desire to avoid payment, that is, responsibility for one's choices, the desire to live life, minimizing efforts and resigning ourselves to inferiority, limitation and dependence of life, substitution of one activity for another (deformations and psychological “burnout”). They are a product of the consumer society or “mass society”. They can be defined as disorders of personal, interpersonal and professional development; non-optimal development options associated with deformations of human activity in these areas of his formation and development. Their essence is the above and other dilemmas, contradictions of values of the most different levels. The optimal (leading to a transparent and, at the same time, harmonious development) way of resolving contradictions is a

person's departure from both poles. The experience of contact with "untouched" nature, with a unique culture, encourages a person to learn from them, learn from them, acquiring (restoring) the qualities of organismic integrity as one of the leading conditions, the bases of self-actualization / full functioning, full-fledged activity in all areas (Maslow A., 2002) [17];

- Introduction to new cultural values (ethnic glamping or ethnographic glamping) leads to a revision of human values, including their re-sacralization, a person's return to the "origins" of humanity, the experience of states of flow and unity with the natural and cultural environment. As the researchers note, indicators of objective well-being (economic and general social functioning, level of education, etc.) in the world as a whole are growing, but as indicators of subjective (including mental and spiritual) well-being are decreasing (Seligman, 2020) [21]: depression and asthenia of the "urban man" enhances the ability to have pleasure without effort. At the same time, the meeting with a real other is forgotten. He touches us in such a way that, for example, the words love and fear seem equally and at the same time inappropriate for this "hurt". "Subhuman forms of existence turn out to be less energy-consuming, easier, more attractive as the path of least resistance; in fact, human manifestations are the path of the greatest resistance" (Bibikhin V., 1998; Ivanchenko G., 2008) [6, p. 173; 10, p. 119]. This view well reflects the essence of "easy sociality", in terms of which scientists describe the relations of modern people.

- Activation of human meta-abilities and metafunctions, including self-regulation, independence and will, the ability to teach and the ability to learn, etc. "We could stop being just talkative consequences in the great causal chain of phenomena and try to take on the role of causes" (Brodskiy I., 2000) [7, p. 36].

The preventive, corrective and developmental effect of glamping as a psychological and pedagogical practice is manifested at several levels: 1) bodily, physical: relaxation, recreation, health improvement and build-up of strength,

differentiation and development of the system of the organism to ensure the subsequent state of "organismic integrity"; 2) psychological, "mental": the formation, development and restoration of mental functions and human properties, including meta-abilities, etc.; 3) moral and social: the formation, development and restoration of existential (terminal, etc.) values (sacralization and re-sacralization), motives and meanings of actions and life, social models of decision-making and execution, cooperation, the formation and development of a person as a subject of culture and nature. The educational and psychotherapeutic aspects of glamping and tourism in general are thus divided into several groups: 1) spontaneous effects arising as a result of specific living conditions in glamping; 2) the effects associated with events and other events and programs (educational and psychotherapeutic) orientation. Also, these effects relate to 1) relaxation and rest, 2) correction and rehabilitation; 3) stimulation of human development and realization. They relate to 1) the search and testing of new ways and directions of activity and life in general, the acquisition of new competencies and a view of oneself and the world; 2) checking and correcting mistakes in current relationships in work, family, hobbies and other life, correcting mistakes in the personal, interpersonal and work spheres; 3) correction and use in order to develop the experience of trauma, crises, etc.

Conclusion. Pedagogical, andragogical and geronological models of human development suggest the importance of active forms of education and upbringing. Personality development as one of the aspects of human development is carried out in the course of the formation and implementation of subjectivity: from self-regulation of internal states and external behavior, and ending with the adoption and implementation of decisions on the directions and quality of interpersonal and professional formation and development. One of the situations of such formation and development is associated with tourism, its traditional and innovative, including glamping, types. Within the framework of an educational situation,

glamping can be successfully used both in the form of short-term "weekend" trips, and in a longer-term version – on the basis of specialized glamping camps for children, adolescents and young men, as well as adults and the elderly. Glamping is a highly productive and effective tourism practice and technology in its immediate, non-delayed relaxation potential. At the same time, the idea of glamping initially presupposes also stimulation, including the simulation of communication with nature and with reality in general. This, in the context of the question of delayed effects, has a predominantly destructive, leveling meaning: the slogan "Bread and circuses" never meant the road to the actual development of a person, a community, but was a designation of ways of degradation.

Therefore, although the practice of glamping as a whole creates conditions for the activation and development of a person's interest in nature and culture, as well as in himself as a subject of nature and culture, to enrich his life, its capabilities cannot be overestimated: glamping is a practice of human development associated with a number of serious restrictions. The ideological

orientation of glamping and its consumers towards comfort represents an attempt to escape from reality rather than return to it. For ecological and ethnographic / ethnocultural tourism, including traditional "camping", including in its psychotherapeutic and pedagogical (educational) modes, it has always been important to face reality. Such a collision with a new, different reality, including not only comfort and safety, but also challenges, trials, difficulties of life in an authentic natural or cultural environment, and not in their imitations, is very important for human development and activity. Therefore, the options for influence and types of consequences, opportunities and limitations of glamping within different programs and orientations can differ significantly. The problem considered in the article is practically not studied: there are some attempts to comment on the psychological aspects of glamping as a type of psychotherapeutic and ecological tourism, but they do not go beyond the current statements and advertising and analytical descriptions of the main types of consumers on special glamping sites and tourism in general, as well as in social networks.

References

1. **Arpentieva, M. R.** (2017). Zapovednoye delo i ekologicheskiy turizm kak komponenty sistemy bezopasnosti: istoriya issledovaniy [Conservation management and ecological tourism as components of the security system: history of research]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya* [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation], 2(4), 113-119. (In Russ.).
2. **Arpentieva, M. R.** (2016). Problemy ekologicheskogo turizma [Problems of ecological tourism]. *Vestnik Kaluzhskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Kaluga State University], 2(31), 5-8. (In Russ.).
3. **Arshinova, V. V., Tokar, O. V., Kuznetsova, N. V., Arpentieva, M. R., Kirichkova, M. E., & Novakov, A. V.** (2018). Trevel-psikhoterapiya ili psikhoterapevticheskiy turizm [Travel-psychotherapy or psychotherapeutic tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and Abroad], 3, 6-24. doi: 10.24411.1995-042X-2018-10301. (In Russ.).
4. **Afanasiev, O. E., & Afanasieva, A. V.** (2017). Kontsept "ekologicheskogo turizma" v mirovoy i rossiyskoy praktike: komparativnyy analiz i keysy [The concept of "ecological tourism" in world and Russian practice: comparative analysis and cases]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma* [Service and Tourism: Current Challenges], 11(4), 7-25. doi: 10.22412/1995-0411-2017-11-4-7-25. (In Russ.).
5. **Bezrukova, N. L.** (2020). Glamping: ponyatiye, vidy i perspektivy razvitiya v Rossii [glamping: concept, types and prospects of development in Russia]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma* [Service and Tourism: Current Challenges], 14(2), 28-37. (In Russ.).

6. **Bibikhin, V. V.** (1998). *Uznay sebya [Get to know yourself]*. St. Petersburg: Nauka. (In Russ.).
7. **Brodskiy, J.** (2000). Sostoyaniye, kotoroye my nazyvayem izgnaniyem, ili Poputnoyu retro [The state that we call exile, or Associated retro]. *Sochineniya Iosifa Brodskogo: V 7 tomakh*. In Brodskiy J. [Works of Joseph Brodskiy: in 7 volumes]. St. Petersburg: Pushkin Foundation, 6, 1-453. (In Russ.).
8. **Budilova, N. V.** (2019). *Khoumterapiya dlya otchayavshikhsya khozyayek [Home therapy for desperate housewives]*. Moscow: Bombora™, Eksmo. (In Russ.).
9. **Derzhavin, G. R.** (1957). Bog [God]. In: Derzhavin, G.R. *Poems*. Leningrad: Soviet writer Publ., 114-116. (In Russ.).
10. **Ivanchenko, G. V.** (2008). Ponyatiye metapatologii u A. Maslou: konteksty i perspektivy [The concept of metapathology by A. Maslow: contexts and prospects]. *Psikhologiya. Zhurnal Vyshey shkoly ekonomiki [Psychology. Journal of the Higher School of Economics]*, 5(3), 105-122. (In Russ.).
11. **Kidwell, P.** (2018). *Psikhologiya goroda, Kak byt' schastlivym v megapolise [Psychology of the city, How to be happy in a metropolis]*. Moscow: Alpina Publishers, Mann, Ivanov & Ferber LLC, 288. (In Russ.).
12. **Kireeva, Yu. A., & Malyshev, A. M.** (2019). Novyye vidy sredstv kollektivnogo razmeshcheniya v Rossii [New types of means of collective accommodation in Russia]. *Industriya turizma: vozmozhnosti, priority, problemy i perspektivy [Tourism industry: opportunities, priorities, problems and prospects]*, 15(1), 135-140. (In Russ.).
13. **Korobchenko, A. I., Golubchikov, G. M., & Arpentieva, M. R.** (2020). Psikhologo-pedagogicheskiye vozmozhnosti i ogranicheniya glempinga: turizm kak praktika razvitiya cheloveka [Psychological and pedagogical possibilities and limitations of glamping: tourism as a practice of human development]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya [Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation]*, 5(4), 134-140. (In Russ.).
14. **Leontiev, D. A., & Mandrikova E. Yu.** (2005). Modelirovaniye «ekzistentsial'noy dilemmy»: empiricheskoye issledovaniye lichnostnogo vybora [Modeling the “existential dilemma”: an empirical study of personality choice]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 14. Psikhologiya [Moscow University Herald. 14. Psychology]*, 4, 37-42. (In Russ.).
15. **Lotman, Yu. M.** (1993). Mezhd u veshch'yu i pustotoy [Between a thing and emptiness]. In: Lotman, Yu. M. *Izbrannyye stat'i: V 3 tomakh [Selected articles: In 3 vols]*, 3. Tallinn: Art, 294-310. (In Russ.).
16. **Marichi, Yu.** (2019). *Prakticheskaya khoumterapiya: kak sdelat' dom svoim [Practical home therapy: how to make your house your own]*. Moscow: AST, 1. (In Russ.).
17. **Maslow, A.** (2002). *Po napravleniyu k psikhologii bytiya [Toward the psychology of being]*. Moscow: Eksmo-Press. (In Russ.).
18. **Menshikov, P. V., Kuznetsova, N. V., Korobchenko, A. I., Golubchikov, G. M., & Arpentieva, M. R.** (2020). Psychological and pedagogical aspects of glamping: Tourism as a practice for personal development. *Sovremennyye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 14(2), 38-49. doi: 10.24411/1995-0411-2020-10204. (In Russ.).
19. **Miroshnichenko, P. N.** (2020). Glamping as the segment of the tourist market. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(2), 24-30. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10202. (In Russ.).
20. **Nartova-Bochaver, S. K., Bochaver, A. A., Dmitrieva, N. S., & Reznichenko, S. I.** (2016). *Dom kak zhiznennaya sreda cheloveka: psikhologicheskoye issledovaniye [House as a living environment of a person: psychological research]*. Moscow: Monuments of Historical Thought. (In Russ.).
21. **Romanov, V. A., & Tarkhanova, N. P.** (2020). Perspektivy razvitiya glempinga v ekonomike otrasli regiona (Urala) [Prospects for the development of glamping in the economy of the region's (Ural) industry]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta [Izvestia of the St. Petersburg State University of Economics]*, 5(125), 144-149. (In Russ.).

22. **Sasaki, T.** (1996). Mezhdú «pustotoy» i «prostotoy» o smysle «vanité» v proizvedeniyakh A. S. Pushkina [Between “emptiness” and “simplicity” about the meaning of “vanité” in the works of A. S. Pushkin]. In L. B. Muratov & P. E. Bukharkin (eds.) *Kontseptsiya i smysl. Sbornik statey v chest' 60-letiya V. M. Markovicha* [Concept and meaning. Collection of articles in honor of the 60th anniversary of V. M. Markovich]. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg University, 154-170. (In Russ.).
23. **Seligman, M.** (2020). *Kak nauchit'sya optimizmu: Izmenite vzglyad na mir i svoyu zhizn'* [How to learn to optimism: Change your view of the world and your life]. Moscow: Alpina Publisher, 1-544. (In Russ.).
24. **Subbotin, A. S., Dostovalova, A. E., & Smirnova, V. A.** (2020). Vozmozhnost' primeneniya stroitel'no-tekhnologicheskikh resheniy po realizatsii infrastrukturykh ob'yektov na territorii natsional'nykh parkov i zapovednikov [The possibility of applying construction and technological solutions for the implementation of infrastructure facilities in the territory of national parks and reserves]. *Geoekologiya. Inzhenernaya geologiya, gidrogeologiya, geokriologiya* [Geoecology. Engineering geology, hydrogeology, geocryology], 2, 90-96. (In Russ.).
25. **Frankl, V.** (2014 / 2015). *The Will to Meaning: Foundations and Applications of Logotherapy*. London: Plume publ. (In Russ.).
26. **Chakhova, D. A., & Kobyak, M. V.** (2015). Sovremennyye kempingi – novyye vozmozhnosti razvitiya rynka turistskikh uslug [Modern campsites is new opportunities for the development of the tourist services market]. *Naukovedeniye* [Science of Science], 7(5). URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/25EVN515.pdf>. doi: 10.15862//25EVN515 (Accessed on February, 1, 2020). (In Russ.).
27. **Aksöz, O., Önem, B., & Aydın, B.** (2020). Kamp deneyimi yaşayan bireylerin glamping'e ilişkin algılarının belirlenmesi [Determination of Perceptions of Participators' with Camping Experience about Glamping]. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 185-196.
28. **Arshinova, V. V., Kuznetsova, N. V., Arpentieva, M. R., Novakov, A. V., Slepukhina, G. V., & Bykasova, L. V.** (2019). Psychosocial aspects of ecotourism and nature conservation in Russia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 331, 50-54. doi: 10.2991/ismge-19.2019.10.
29. **Birdir, K., Unur, K., & Dalgıç, A.** (2015). Türkiye ve Dünya'da Kamping ve Yeni Bir Turistik Ürün Olarak 'Glamping'. In: Çukurçayır, M. A. (ed.). *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*. Konya: Aybil Yayınları, 2, 168-177.
30. **Boscoboinik, A.** (2014). Glamping: un nuevo concepto de turismo rural. *Periferias, fronteras y diálogos*. Actas del XIII Congreso de Antropología de la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español. Madrid Asociaciones de Antropología del Estado Español, 5451-5467 (In Spain).
31. **Brooker, E., & Joppe, M.** (2013). Trends in camping and outdoor hospitality. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, 1-6.
32. **Budiasa, I. M., Suparta, I., & Nurjaya, I.** (2019). Implementation of Green Tourism Concept on Glamping Tourism in Bali. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 354 - Proceedings of the International Conference On Applied Science and Technology 2019 - Social Sciences Track (iCASTSS 2019)*, 310-314. doi: 10.2991/icastss-19.2019.44.
33. **Cortes, L.** (2004). Home-based family therapy: A misunderstanding of the role and a new challenge for therapists. *The Family Journal*, 12(2), 184-188. doi: 10.1177/1066480703261980.
34. **Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, In., & Cerović, Zd.** (2017). Glamping - Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 101-114.

35. **Dorofeeva, A. R.** (2020). Glamping in Russia: relevance and development prospects. *Human Progress*, 6(2), 1-14. doi: 10.34709/IM.162.1.
36. **Erguven, M. H., & Yilmaz, A. K.** (2015). Turistik urun cesitlendirme baglaminda hibrit turizm: glamping ornegi. Hybrid tourism within the context of touristic product diversification: glamping. *The Journal of Academic Social Science Studies*, II, 41, 255-265. (In Turk.)
37. **Fernandes, S. & Ferreira, D. & Alves, T. & Sousa, Br.** (2020). Glamping and the Development of Sustainable Tourism: a preliminary approach in the Portuguese context. *Journal of Global Scholars Marketing Science*, 6. *International Conference on Hospitality and Tourism – ICHTOUR 2020. Guimarões, Portugal, February 19-21, 2020.* Guimarões : Centro Cultural Vila Flor, 1-6.
38. **Friedman, D.** (2012). Home is where the client is. *Counseling Today*. URL: <http://ct.counseling.org/2012/09/home-is-where-the-client-is>(Accessed on February, 1, 2020).
39. **Holding, Th.H.** (1908 / 2014). *The Camper's Handbook* London: Literary Licensing, LLC, 1-422.
40. **Kobasa, S. C. & Maddi, S. R.** (1983). Existential personality theory. In R. Corsini (ed.). *Current personality theory*. Itasca, IL: Peacock, 243-276.
41. **Menshikov, P. V., Kuznetsova, N. V., Korobchenko, A. I., Golubchikov, G. M., & Arpentieva, M.R.** (2020). Psychological and pedagogical aspects of glamping: tourism as a practice for personal development. *Service and Tourism: Current Challenges*, 14(2), 38-49.
42. **Milohnić, I., Cvelic-Bonifacic, J., & Licul, I.** (2019). Transformation of camping into glamping - trends and perspectives. Opatija, 16-18 May 2019. In: Smolčić J., Dora; Zadel, Zr. (eds.). *TOSEE Conference Proceedings* TOSEE Conference Proceedings. Croatia, Opatija: University of Rijeka, 5, 457-473. doi: 10.20867/tosee.05.30.P.457-473
43. **Özhasar, Y. & Konak, S.** (2019). Türkiye deki Glamping İşletmelerinin Web Site İçeriklerinin Analizi (Analysis of Websites of Glamping Firms in Turkey). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 937-949. doi: 10.21325/jotags.2019.400 (In Turk).
44. **Perkins, N., & Twose, S.** (2015). *On the Edge - Glamping: Design Investigations in the New Zealand Landscape*. Wellington: Victoria University of Wellington, 1-68.
45. **Podsolonko, V. A., Podsolonko, E. A., & Afanasiev, O. E.** (2020). Multiplicative role of modern types of tourism in the developing municipal territories and population employment. *Service and Tourism: Current Challenges*, 14(2), 84-95.
46. **Portela, R.** (2019). *Tipos de alojamento: Glamping. Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste. Curso de formação profissional*. Portugal, Janeiro de, 2019, 1-22. URL: https://www.researchgate.net/publication/335638394_Tipos_de_alojamento_Glamping (Accessed on October, 10, 2020). (In Spain).
47. **Sandra, F., Amaral, S. Cl., & Belem, B.** (2018). Tourist's Motivations and Obstacles for Choosing Glamping: An Exploratory Study. *CBU International conference on innovations in science and education, March 21-23, 2018, Prague*. Czech Republic Prague: European Institute of Applied Science and Management, 6, 113-119.
48. **Vrtodušić Hrgović, A.-M., Cvelić Bonifačić, J., & Licul, I.** (2018). Glamping - New Outdoor Accommodation. *Ekonomiska misao i praksa*, XXVII, 2, 621-639.
49. **Zur, O.** (2015). In-home therapy and home visits. *Zur institute*. URL: http://www.zurinstitute.com/home_based_mental_health.html (Accessed on October, 10, 2020).

УДК 338;348; 631
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10402

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru*

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В статье представлены современные концепции и подходы к формированию экологического туризма как направления социальной, культурной, экономической деятельности. Системное развитие экологического туризма необходимо для социально-экономического развития природных территорий регионов страны. Рассматриваются вопросы, связанные с современным состоянием экологического туризма и перспективами его развития в России. Наша страна обладает разнообразными туристско-рекреационными заповедниками, множеством уникальных природных территорий, памятников природы. По данным Всемирной туристической организации природно-ресурсный и туристско-рекреационный потенциал России практически не реализован для развития экологического туризма, в котором можно обеспечить лидерство, быть в списке ведущих стран в этом направлении. Высокие надежды возлагаются на экологический туризм при реализации концепции стабильного развития туризма и путешествий. Рациональное применение природных и культурно-исторических туристских ресурсов позволит избежать многих отрицательных последствий массового туризма.

Ключевые слова: *экология, экологический туризм, особо охраняемые природные территории, национальные парки, заповедники, устойчивое развитие, регион*

Для цитирования: Оборин М.С. Современная концепция развития экологического туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 22-32. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10402.

Дата поступления в редакцию: 26 июня 2020 г.

Дата утверждения в печать: 8 сентября 2020 г.

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);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615*

THE MODERN DEVELOPMENT CONCEPT OF ECOLOGICAL TOURISM IN RUSSIA

Abstract. *The article presents modern concepts and approaches to the formation of eco-tourism as a direction of social, cultural and economic activity. Systematic development of eco-tourism is necessary for the socio-economic development of the natural territories of the country's regions. Issues related to the current state of ecotourism and prospects for its development in Russia are considered. Our country has a variety of tourist and recreational reserves, many unique natural territories, natural monuments. According to the world tourism organization, Russia's natural resource and recreational potential is not enough realized for the eco-tourism development, but can make the country the leader in this direction. High hopes are placed on eco-tourism in the implementation of the concept of stable development of tourism and travel. Rational use of natural and cultural and historical tourist resources will help to avoid many negative consequences of mass tourism.*

Keywords: *ecology, ecotourism, specially protected natural territories, national parks, reserves, sustainable development, region.*

Citation: *Oborin, M. S. (2020). The modern development concept of ecological tourism in Russia. Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 14(4), 22-32. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10402. (In Russ.).*

Article History

Received 26 June 2020

Accepted 8 September 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Экотуризм – одна из самых быстрорастущих отраслей в мировой индустрии туризма. В 2018 году зафиксировано 1,4 млрд прибытий туристов, что составил около 11% мирового ВВП [13]. По данным различных исследований доля экологического туризма составляет 25-30% в общем глобальном обороте туристической индустрии. В России численность экотуристов по сравнению с 2011 годом возросла более, чем на 50% [16]. Первое определение экологического туризма предложил Миллер в 1978 году как обозначение одного из вариантов развития устойчивого туризма: «Экологический туризм – это совмещение путешествий с экологически тонким отношением к природе, сочетающих в себе положительные эмоции от изучения флоры и фауны и возможность внести свой вклад в их защиту» [3]. Далее были предложены разнообразные трактовки данного понятия. Это определение будет полным и четким только в том случае, если в нем будут изложены основные принципы, на которых можно развивать рассматриваемый вид деятельности с учетом баланса социальных, экономических и экологических интересов.

В России нормативно-правовые документы содержат следующее определение экологического туризма: деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению¹. В Стратегии отмечено, что конкурентным преимуществом России является количество объектов всемирного наследия ЮНЕСКО (18), количество объектов всемирного природного наследия ЮНЕСКО (11). По этим показателям Российская Федерация занимает в общемировом рейтинге 10 и 4 места соответственно¹.

Первым условием экологического туризма, который отличает его от ранее реализуемых форм организации и проведения отдыха

на природе, является осмысленная, экологически и экономически аргументированная политика в позиционировании зон отдыха, развитие и соблюдение режима сохранения биологического разнообразия рекреационных природных территорий, формирование устойчивости туристско-рекреационной деятельности.

Другим условием экологического туризма, которое отличает его от ранее применявшихся форм организации и проведения отдыха на природе, является осознанная, экологически и экономически обоснованная политика в применении ресурсов рекреационных зон. Экологический туризм призван обеспечить не только сохранение биологического разнообразия рекреационных природных территорий, но и устойчивость самих туристических мероприятий.

Рост уровня экономической стабильности регионов, вовлеченных в туристско-рекреационную деятельность и рыночные процессы ее развития, является достаточно закономерным. Однако при развитии экологического туризма можно выделить ряд особенностей, связанных с уровнем социально-экономического развития территорий, слабо вовлеченных в интеграционные формы кооперации и распределение ресурсов:

- низкий промышленный уровень развития или упадок промышленности, который благоприятно влияет на чистоту окружающей природной среды;

- недостаток инфраструктурного пространства и низкое качество имеющихся объектов, обусловленные отсутствием финансовых и инвестиционных ресурсов;

- сложное социально-экономическое положение, связанное с неразвитостью экономики и бизнес-среды;

- высокий уровень безработицы и отсутствие перспектив развития трудовых кадров;

- низкий уровень привлекательности территорий для частных инвесторов в силу

¹ ГОСТ Р 56642-2015 "Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования"; Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утв. Распоряжением Правительства РФ № 2129-р от 20.09.2019 г.

вышеперечисленных особенностей.

Основные принципы, на которых основан экологический туризм: сохранение биологического разнообразия рекреационных природных территорий; увеличение уровня экономической стабильности регионов, участвующих в сфере экологического туризма; рост экологической культуры всех участников мероприятий по экологическому туризму; сохранение этнографического статуса рекреационных

территорий. Классический экологический туризм включает в себя экскурсии в особо охраняемые природные территории, природные заповедники, природные парки и другие нетронутые природные зоны, которые практически не подвержены влиянию человека. Формирующаяся современная концепция предполагает активное вовлечение других территорий с различным ландшафтом, экскурсии за пределы природоохраняемых зон (рис. 1).

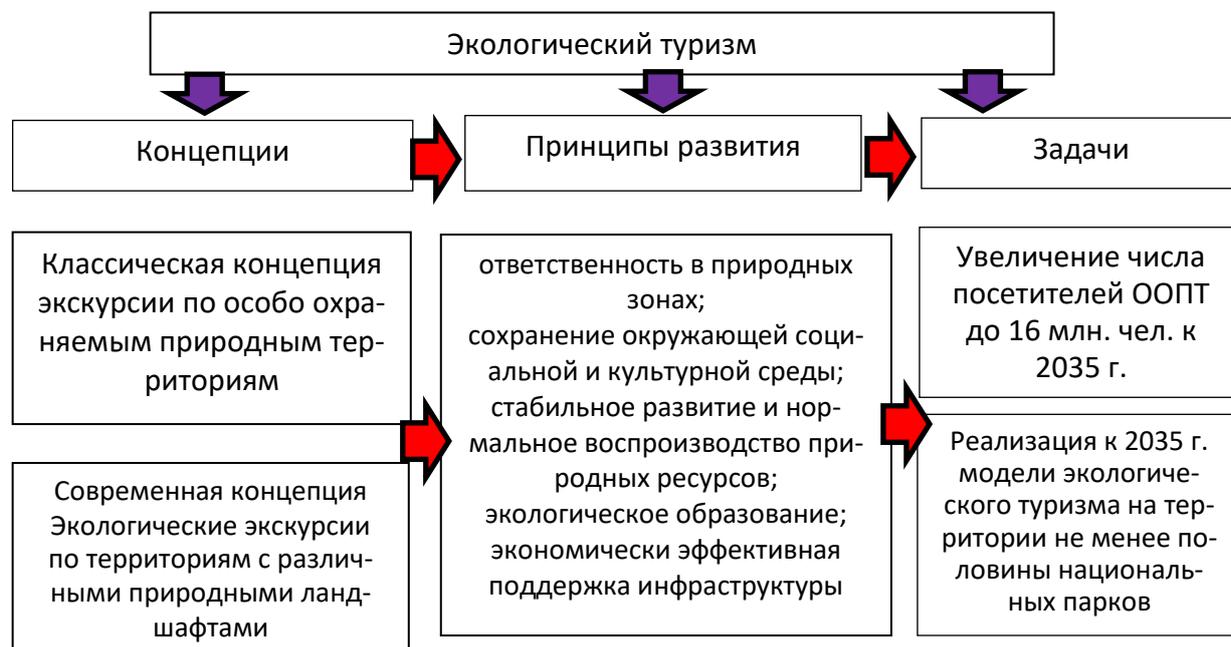


Рис. 1 – Концептуальные принципы и задачи развития экологического туризма в России²

Совершенствование экологической культуры участников, вовлеченных в экотуризм, реализуется в нескольких направлениях. Население рекреационных территорий, участвующих в туристическом процессе и получающих от него экономические выгоды, понимает, что природная ценность территории является источником их собственных доходов. Туристами экологических туров являются люди, которым безразличны проблемы окружающей природной среды, но они также повышают уровень экологической грамотности, получая информацию в процессе потребления услуг и программ, разработанных и реализуемых

организаторами и бизнес-единицами в сфере экологического туризма.

Поддержка экологического туризма в средствах массовой информации, привлечение внимания к природоохранной деятельности – это важный элемент государственной стратегии по формированию экологической культуры населения и уважительного отношения к природной среде региона проживания или посещения.

Одним из главных принципов, лежащих в основе экологического туризма, является бережное отношение к культуре и обычаям народов, которые проживают в тех регионах, где

² Сост. по данным Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Распоряжением Правительства РФ № 2129-р от 20.09.2019 г.)

проводятся экологические экскурсии. Традиционная культура местных сообществ, встречающихся с массовым туризмом, еще менее стабильна, чем природа. Сохранение этнографического разнообразия планеты также является принципиальным положением концепции экологического туризма [2].

Учитывая основные принципы, мы можно определить экологический туризм следующим образом: «Экологический туризм – это посещение редких природных территорий, почти не затронутых экономической деятельностью, сохраняющих традиционный образ жизни местного населения; развитие экологической культуры всех участников туристического процесса и рост уровня жизни местного населения, следование экологическим стандартам и технологиям при проведении экологических экскурсий и программ».

Основными особенностями экотуризма являются:

- любая поездка, во время которой путешественник исследует окружающую среду;
- поездка, в которой природа является главной ценностью;
- доходы от экологического туризма идут на финансовую помощь защиты окружающей среды;
- туристы непосредственно принимают участие в сохранении или возрождении ресурсов дикой природы.

Система взаимосвязанных социальных и культурных целей реализации экологического туризма способствует к развитию интереса к программам не только для индустрии туризма, но и администраций малых городов, сельских поселений [1]. Регионы России, богатые природными ресурсами, уникальными по своему разнообразию и привлекательности, представляют большой потенциал для поддержания, развития, создания новых экологически эффективных туристических продуктов. Например, наряду с водными ресурсами, лесами, природными памятниками и другими природными достопримечательностями, значительные экологические и культурные ценности

представлены областями, которые сегодня сохранились благодаря традиционным местным формам ведения сельского хозяйства; бережном отношении, реставрации или реконструкции памятников культуры и архитектуры. Растущий спрос на экологический туризм означает формирование и сохранение особо охраняемых природных территорий, таких как заповедники, национальные и природные парки. Эти территории должны быть основными объектами экологического туризма в регионах России [15].

Региональные власти совместно с сообществом предпринимателей решают важные задачи общегосударственного значения: рекреационные, образовательные, просветительские, задачи изучения, сохранения, применения и адаптации природного и культурного наследия. Программы экологического туризма могут стать постоянным и, возможно, основным источником дохода для местного населения, обеспечить рабочие места для пожилых людей и молодежи благодаря их участию в деятельности основных предприятий и смежных отраслях, таких как декоративно-прикладное искусство, изготовление сувениров, питание и услуги по размещению туристов. В то же время всегда необходимо учитывать тот факт, что экологический туризм, как и вся индустрия туризма, в значительной степени зависит от экологических и гигиенических факторов, таких как чистая вода, свежий воздух, общее состояние природы и экологических систем, развитие транспортной инфраструктуры, доступность и первозданность природных достопримечательностей и местности в целом. Поэтому основными задачами правительства, местных администраций, исследователей и специалистов, а также туристических компаний и местного населения должно быть не только сохранение и защита окружающей среды, но и создание условий для комфортного и безопасного проживания гостей при государственной и частной финансово-инвестиционной поддержке экологического туризма [4].

Полезный социальный и культурный эффект экологического туризма состоит в возвращении человека в естественную среду, благоприятную для здоровья и восстановления психофизиологических сил, развитии потребности к взаимодействию с природой, бережному отношению к ней, стимулированию к сохранению регионального наследия на различных уровнях управления [11].

В данной особенности заключен высокий потенциал стабильного сбалансированного развития природных территорий и регионов как единой системы. Все представленные определения экологического туризма основаны на целях достижения стабильности и средствах достижения этой цели, а именно на уменьшении отрицательного влияния на природную и культурную среду, увеличении экономической отдачи в интересах охраны природы и экологического образования [5].

Следует обозначить несколько особенностей экологического туризма международного уровня, которые необходимо осуществлять в регионах России. Тщательное исследование, включая университетские программы, использует следующие ключевые моменты в предлагаемых концептуальных определениях экологического туризма:

а) поездки в отдаленные места реальной природы, которые могут быть обитаемыми или необитаемыми, официально имеют определенный статус охраняемых зон на международном, национальном, региональном или муниципальном уровнях; федеральные, региональные и муниципальные органы власти должны принимать активное участие в реализации программ по экологическому туризму.

б) минимальное воздействие: экологический туризм всегда стремится свести к минимуму негативные антропогенные воздействия. Они могут быть достигнуты, например, с помощью хорошо спланированных и организованных туров, с применением переработанных материалов или материалов местного производства для отелей и других зданий и сооружений, необходимых для обеспечения

туристической инфраструктуры, и проектов, которые учитывают особенности окружающей среды и местную культуру [7].

в) развитие экологического мышления и культуры, информированности: очень важно, чтобы путешественникам была предоставлена соответствующая информация о стране, окружающей среде и местном населении, их обычаях.

г) обеспечивает прямую прибыль и финансовые преимущества для защиты и сохранения природы: экологический туризм не только оказывает содействие росту осведомленности об окружающей среде, но направлен на получение ресурсов, необходимых для охраны окружающей среды, научных исследований и образования. Это происходит благодаря разным финансовым механизмам, включая плату за вход в парки, экологические экскурсии, специальные предложения в гостиницах, экологические налоги и пожертвования;

д) поддерживает права человека и местную демократию: традиционно туризм считается инструментом для построения международного взаимопонимания и поддержания мира во всем мире. Любая форма туризма содействует экономическому развитию, даже в не демократических странах [6]. Обычные туристы не обращают внимания на политическую систему в стране, в которой они находятся, пока не произойдут события, способные оказать негативное влияние на обычное течение жизни.

На современном этапе существует множество экономических и институциональных проблем, мешающих развитию внутреннего туризма в регионах, решение которых возможно путем разработки системы мер, направленных на формирование условий для стабильного развития экотуризма в России. Такими условиями являются: формирование благоприятной институциональной среды, развитие экологических маршрутов, проведение образовательных программ по экологическому туризму; совершенствование качества туристических услуг; маркетинг продукции

экологического туризма.

Россия – это великое государство с уникальными национальными заповедниками и уникальными туристическими объектами, но она не занимает лидирующих позиций среди стран, которые специализируются на экологическом туризме. Основная причина заключается в отсутствии системного подхода и продвижения программных продуктов. Полезна

адаптация опыта зарубежных стран, особенно экономически неразвитых, которые очень популярны среди экотуристов, таких как Кения, Танзания, Белиз, Эквадор, Лаос, Непал [8]. В табл. 1 приведена сравнительная характеристика особо охраняемых природных территорий мира и России, но за основу взяты только особо важные государственные природные территории с высоким уровнем защиты.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика особо охраняемых природных территорий отдельных стран мира (сост. по данным [6, 8])

№	Страна	Количество ООПТ	Общая площадь ООПТ	
			тыс. га	% от территории страны
1	США	803	54 312	5,6
2	Австралия	2537	48 473	6,3
3	Канада	1814	45 636	4,6
4	Россия	144	42 568	2,0
5	Индонезия	122	5 668	3,0
6	Швеция	750	3 928	8,7
7	Индия	83	3 562	1,1
8	Новая Зеландия	131	1 933	7,2
9	Казахстан	11	1 672	0,6
10	Норвегия	110	1 529	4,7
11	Финляндия	55	999	3,0
12	Туркмения	8	820	1,7
13	Узбекистан	10	807	1,8
14	Украина	25	800	1,3
15	Япония	53	638	1,7
16	Италия	17	442	1,5
17	Испания	34	160	0,3
18	Германия	8	129	0,4
19	Австрия	10	93	1,1
20	Дания	22	11	0,3

Согласно приведенной выше таблице можно сделать вывод, что распределение особо охраняемых природных территорий организовано по-разному в разных странах мира. В России и некоторых странах СНГ немного охраняемых территорий, но с большой средней площадью. А в таких странах, как Канада, Австралия, Швеция и Норвегия, их больше, но с небольшой средней площадью [9]. Необходимо заметить, что общая площадь охраняемых территорий в России почти одинакова с

площадями охраняемых территорий в Канаде, США и Австралии, но наша страна намного уступает им в развитии экологического туризма. На сегодняшний день в России 103 заповедника, из которых 31 биосферный; 41 национальный парк, 69 федеральных заповедников и 50 региональных природных парков. Общая площадь всех природных заповедников в России составляет более 340 тыс. кв. км.

Соединенные Штаты существенно превосходят другие страны с точки зрения

доходов от экологического туризма с годовой прибылью в 14 000 млн USD (рис. 2).

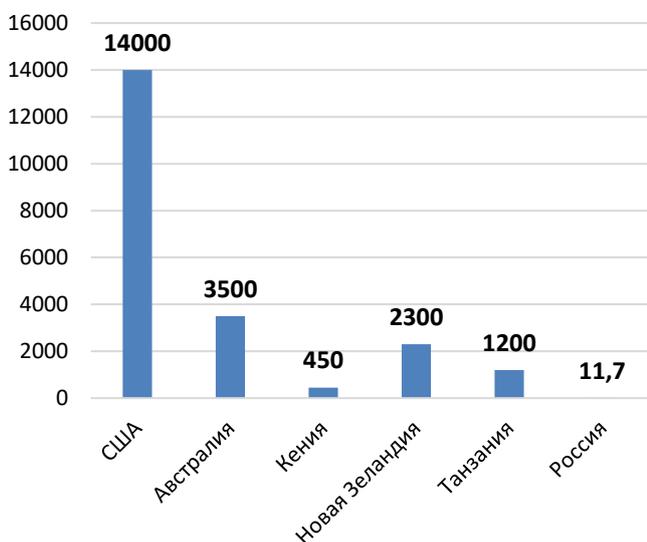


Рис. 2 – Структура доходов разных стран от экологического туризма за год, в млн USD³

В России годовой доход от экологического туризма составляет 12 млн USD, что в 1166 раз меньше, чем в США. Даже по сравнению с другими показанными странами такой годовой доход ничтожен на их фоне. И эти доходы должны пойти на поддержку сохранения природы и развития местного населения. К сожалению, долгое время развитие экологического туризма в России носило любительский характер. Только в последние годы наметилась тенденция к развитию этого вида деятельности на федеральном уровне. На многих территориях экологический туризм может стать отраслью специализации, которая представляет конкурентоспособную альтернативу хозяйственной деятельности, разрушающей природу.

Расположение охраняемых территорий в России страны имеет большое значение, так как уровень развития инфраструктуры и доступность влияют на выбор направления

внутри России. Общее соотношение заповедников, национальных парков и федеральных заказников резервов Российской Федерации значительное (рис. 3).

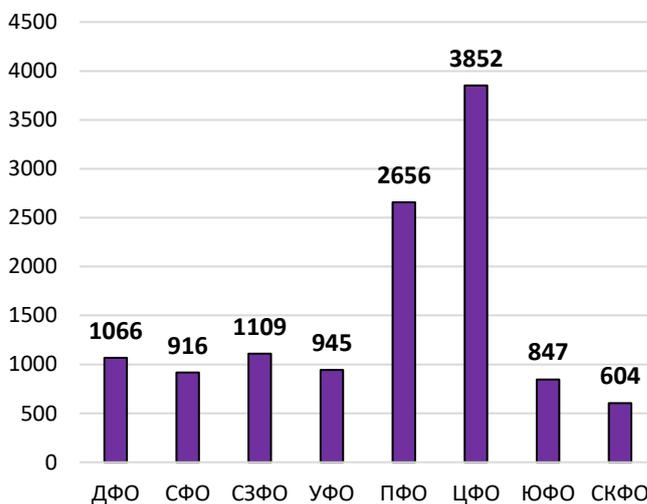


Рис. 3 – Количество ООПТ по федеральным округам Российской Федерации, ед.⁴

Несмотря на меньшую площадь европейской части России, в ней сконцентрировано большее количество природных территорий, что содействует развитию экологического туризма на этих территориях, поскольку туристическая инфраструктура в них намного лучше развита по сравнению с восточными регионами [10]. Кроме того, они относительно ближе к европейским странам, что может содействовать как внутреннему, так въездному туризму.

Площади ООПТ по федеральным округам различаются с количественными показателями (рис. 4).

Наибольшую площадь ООПТ имеет Дальневосточный федеральный округ, что является существенным потенциалом развития экологического туризма. Благодаря своим природным заповедникам Россия рассматривается мировым сообществом как наиболее

³ Сост. по данным: Годовой доход России от экотуризма меньше дохода США в 1196 раз // Официальный сайт компании РБК. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/6228/> (дата обращения: 09.06.2020).

⁴ Рис. 3, 4 сост. по данным: Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2017 году». URL: <https://gosdoklad-ecology.ru/2017/biologicheskoe-raznoobrazie/osobo-okhranyaemye-prirodnye-territorii/section.pdf> (дата обращения: 09.06.2020).

перспективная страна для развития экологического туризма. В частности, ЮНВТО назвала экологический туризм в числе трех приоритетных направлений развития внутреннего и въездного туризма в России.

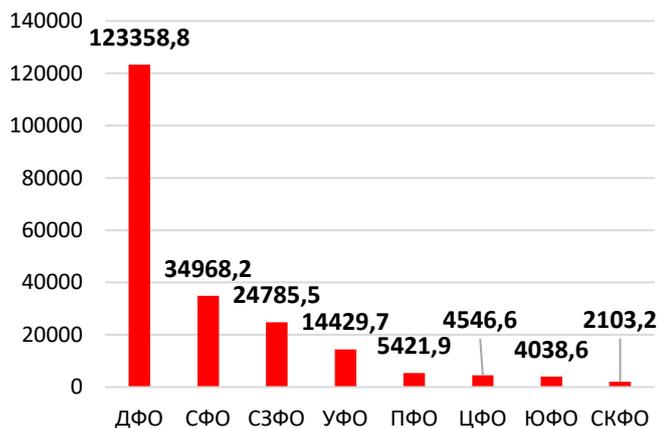


Рис. 4 – Площадь ООПТ по федеральным округам Российской Федерации, тыс. га

В некоторых регионах России процесс развития экологического туризма уже достаточно активен, но это направление необходимо интегрировать в единую федеральную стратегическую политику. Целями и задачами данной политики должны стать социально-экономическое развитие регионов и сохранение их природного и экологического баланса. Приоритетными задачами развития экологического туризма в стране являются:

- подготовка квалифицированных специалистов для отрасли;
- разработка широкого ассортимента новых продуктов экологического туризма;
- применение гибкой ценовой политики;
- государственное содействие в продвижении продукции экологического туризма на

мировом рынке;

- коллективная работа региональных властей и местного сообщества по формированию экологического туризма на охраняемых территориях региона;
- привлечение внутренних и иностранных инвестиций.

Экотуризм сегодня является сложной междисциплинарной областью, которая обеспечивает взаимосвязь туризма, культуры и окружающей среды. Экологический туризм – это явление, которое может оказать сильное положительное влияние на экономику, как отдельных регионов, так и всей страны, а также усилить движение по защите и сохранению природных территорий страны.

Однако несмотря на значительный потенциал развития рассматриваемых услуг, существует ряд ограничений его устойчивого роста:

- контроль допустимой нагрузки на ценные территории и объекты, которым может нанести ущерб повышенный спрос;
- сложности инфраструктурного развития в труднодоступных районах;
- необходимость реализации комплексных проектов с разработкой экологических маршрутов с целью повышения инвестиционной привлекательности;
- недостаток квалифицированных кадров, в частности гидов-проводников.

Перспективным направлением экологического туризма является внедрение достижений научно-технического прогресса: электронные карты маршрутов и виртуальные гиды, сервисы определения местоположения, что существенно улучшит качество обслуживания и повысит безопасность туристов.

Список источников

1. **Алексеева Е.В., Древаль Е.В., Юдин А.Г., Карцева Е.В.** Экологический туризм: проблемы и перспективы // Проблемы окружающей среды и природных ресурсов. 2015. №8. С. 99-112.
2. **Александрова А.Ю.** Формирование интегрированной системы статистики туризма в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2017. №1. С. 41-61.
3. **Волкова Н.В., Ферару Г.С., Третьякова Л.А.** Оценка эколого-туристского потенциала региона и перспективы его использования (на примере Белгородской области) //

- Региональная экономика: теория и практика. 2015. №2. С. 27–37.
4. **Восколович Н.А.** Междисциплинарный аспект современных исследований в сфере туризма // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2016. №6. С. 71–86.
 5. **Восколович Н.А., Ефанова Ю.Р.** Развитие конно-спортивного туризма // Социально-экономические проблемы развития отдельных отраслей сферы услуг / Под ред. Н.А. Восколович, И.Н. Молчанова. М.: Экономич. фак-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 2017. С. 128–139.
 6. География туризма / Под ред. А.Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2016.
 7. **Дайнеко Д.В.** Сравнительный подход к экологическому туризму в Байкальском регионе // Экология и природопользование: прикладные аспекты: Мат. VI Междунар. науч.-практ. конф. Уфа: Аэтерна, 2016. С. 104–110.
 8. **Звягина Е.С., Рыбакова М.В.** Экологический туризм как социальная, экологически ответственная практика в управлении особо охраняемыми природными территориями РФ // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. №8. С. 59–68.
 9. **Лапочкина В.В., Косарева Н.В., Адашова Т.А.** Экологический туризм в России: тенденции развития // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. №5. Ч.1. С. 100–105.
 10. **Логинова Н.Ю., Костоварова В.В., Чудайкина Г.М.** Экологический туризм в России и странах Скандинавии // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №2(63). С. 227–238.
 11. **Миронова Н.И.** Развитие экологического туризма в России // Сервис в России и за рубежом. 2009. №4. С. 115–129.
 12. **Оборин М.С.** Сохранение байкальской экосистемы на основе сбалансированного подхода к развитию сферы услуг // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2019. Т.5(15). Вып. 1. С. 195–205.
 13. **Оборин М.С.** Геоэкологические особенности территорий как фактор развития курортно-рекреационных услуг региона // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2019. Т.5(71). №2. С. 152–166.
 14. **Оборин М.С.** Экономический потенциал аграрного и экологического туризма в регионах России // Вестник ЗабГУ. Экономические науки. 2018. Т.24. №7. С. 109–122.
 15. **Самохин Ю.С.** Экономика экологически ориентированных мероприятий туристско-рекреационного комплекса: концепция и принципы реализации // Социально-экологические технологии. 2016. №2. С. 85–90.

References

1. **Alekseeva, E. V., Dreval', E. V., Yudin, A. G., & Kartseva, E. V.** (2015). *Ekologicheskij turizm: problemy i perspektivy [Ecological tourism: problems and prospects]. Problemy okruzhayushchej sredy i prirodnyh resursov [Environmental and natural resource issues], 8, 99–112.* (In Russ.).
2. **Aleksandrova, A. Yu.** (2017). *Formirovanie integrirovannoj sistemy statistiki turizma v Rossijskoj Federacii [Formation of an integrated system of tourism statistics in the Russian Federation]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika [Bulletin of Moscow University. Series 6. Economy], 1, 41–61.* (In Russ.).
3. **Volkova, N. V., Feraru, G. S., & Tret'yakova, L. A.** (2015). *Ocenka ekologo-turistskogo potentsiala regiona i perspektivy ego ispol'zovaniya (na primere Belgorodskoj oblasti) [Assessing the ecological and tourist potential of the region and the prospects for its use (the case of Belgorod region)]. Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika [Regional economy: theory and practice], 2, 27–37.* (In Russ.).
4. **Voskolovich, N. A.** (2016). *Mezhdisciplinarnyj aspekt sovremennyh issledovanij v sfere turizma [An interdisciplinary dimension of contemporary tourism research]. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika [Bulletin of Moscow University. Series 6. Economy], 6, 71–86.* (In Russ.).
5. **Voskolovich, N. A., & Efanova, Yu. R.** (2017). *Razvitie konno-sportivnogo turizma. Social'no-ekonomicheskie problemy razvitiya otdel'nyh otraslej sfery uslug [Development of equestrian*

- sports tourism. Socio-economic problems of the development of certain branches of the service sector*]. Moscow: Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, 128–139. (In Russ.).
6. **Aleksandrova, A. Yu.** (ed.). (2016). *Geografiya turizma [Geography of tourism]*. Moscow: KNORUS. (In Russ.).
 7. **Dajneko, D. V.** (2016). Sravnitel'nyj podhod k ekologicheskomu turizmu v Bajkal'skom regione [Comparative Approach to Ecological Tourism in the Baikal Region]. *Ekologiya i prirodopol'zovanie: prikladnye aspekty [Ecology and Nature Management: Applied Aspects]*: Materials of the VI International Scientific and Practical Conference. Ufa: Aeterna, 104–110. (In Russ.).
 8. **Zvyagina, E. S., & Rybakova, M. V.** (2015). Ekologicheskij turizm kak social'naya, ekologicheski otvetstvennaya praktika v upravlenii osobo ohranyaemymi prirodnyimi territoriyami RF [Ecological tourism as a social, environmentally responsible practice in the management of specially protected natural areas of the Russian Federation]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyj vestnik [State Administration. Electronic Bulletin]*, 8, 59–68. (In Russ.).
 9. **Lapochkina, V. V., Kosareva, N. V., & Adashova, T. A.** (2016). Ekologicheskij turizm v Rossii: tendencii razvitiya [Ecological tourism in Russia: Development trends]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International research journal]*, 5, Part 1, 100–105. (In Russ.).
 10. **Loginova, N. Yu., Kostovarova, V. V., & Chudaykina, G. M.** (2016). Ekologicheskij turizm v Rossii i stranah Skandinavii [Ecological tourism in Russia and Scandinavian countries]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 10(2/63), 227–238. (In Russ.).
 11. **Mironova, N. I.** (2009). Razvitie ekologicheskogo turizma v Rossii [Development of ecological tourism in Russia]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 4, 115–129. (In Russ.).
 12. **Oborin, M. S.** (2019). Sohranenie bajkal'skoj ekosistemy na osnove sbalansirovannogo podhoda k razvitiyu sfery uslug [Preservation of the Baikal ecosystem based on a balanced approach to the development of the service sector]. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov [Geopolitics and ecogeodynamics of regions]*, 5(15), 1, 195–205. (In Russ.).
 13. **Oborin, M. S.** (2019). Geoekologicheskie osobennosti territorij kak faktor razvitiya kurortno-rekreacionnyh uslug regiona [Geoecological features of territories as a factor in the development of resort and recreational services in the region]. *Uchyonye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya [Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology]*, 5 (71), 2, 152–166. (In Russ.).
 14. **Oborin, M. S.** (2018). Ekonomicheskij potencial agrarnogo i ekologicheskogo turizma v regionah Rossii [Economic potential of agricultural and ecological tourism in the regions of Russia]. *Vestnik ZabGU. Ekonomicheskie nauki [Bulletin of ZabGU. Economic Sciences]*, 24(7), 109–122. (In Russ.).
 15. **Samokhin, Yu. S.** (2016). Ekonomika ekologicheski orientirovannyh meropriyatij turistsko-rekreacionnogo kompleksa: koncepciya i principy realizacii [Economics of environmentally oriented activities of the tourist and recreational complex: the concept and principles of implementation]. *Social'no-ekologicheskie tekhnologii [Socio-ecological technologies]*, 2, 85–90. (In Russ.).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

STATE, MUNICIPAL AND CORPORATE GOVERNANCE IN SERVICES SECTOR: CURRENT ISSUES

УДК 338.46
DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10403

АЗАРЯН Артур Арменович

*Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского (Донецк)
кандидат экономических наук, доцент; scorpion2019dn@gmail.com*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БАЗИС ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Предметом исследования является сфера услуг и процесс формирования стратегии развития сферы услуг. Научное исследование направлено на изучение социально-экономического базиса для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды. Целью исследования является рассмотрение особенностей социально-экономического базиса для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды, вызванных пандемией. Методологическую основу данной статьи составили эмпирические методы исследования, а именно изучение источников информации, касающихся теоретических вопросов формирования социально-экономического базиса для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды. Научными результатами стали: мониторинг состояния сферы услуг в России и за рубежом; определены последствия влияния пандемии на развитие сферы услуг; определено, что социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды должен базироваться, с одной стороны, на основных направлениях социальной активности государства и дифференциации государственных программ, а с другой, - на анализе главных источников получения финансовых ресурсов - их доступности, уровне риска и эффективности использования, а также оценки их потенциальной емкости в сфере услуг; определены классификационные признаки стратегий в зависимости от направлений экономического развития; разработан механизм стратегического управления предприятиями и другими хозяйствующими образованиями сферы услуг. Областью применения результатов научного исследования станут предприятия и организации сферы услуг, сфера сервисизации, департаменты по стратегическому планированию. Направлениями будущих научных исследований станут вопросы моделирования стратегий развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды, а именно формирование стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг, стратегии адаптации предприятий и других хозяйственных образований сферы услуг к условиям конкурентной рыночной среды, развитие стратегического управления предприятиями и другими хозяйственными образованиями сферы услуг.

Ключевые слова: *социально-экономический базис, стратегия развития, сфера услуг, нестабильная внешняя среда, социальная активность, государственные программы, стратегическое управление*

Для цитирования: Азарян А.А. Социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 33-43. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10403.

Дата поступления в редакцию: 19 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 12 ноября 2020 г.

Artur A. AZARYAN

Donetsk national university of economics and trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky (Donetsk)

PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: scorpion2019dn@gmail.com

SOCIO-ECONOMIC BASIS FOR FORMING THE SERVICE SECTOR DEVELOPMENT STRATEGY IN AN UNSTABLE EXTERNAL ENVIRONMENT

Abstract. *The subject of the research is the service sector and the process of forming the service sector development strategy. The research is aimed at studying the socio-economic basis for the formation of a service sector development strategy in an unstable external environment. The purpose of the study is to consider the features of the socio-economic basis for the formation of a strategy for the service sector development in an unstable external environment caused by the pandemic. The methodological basis of this article is based on empirical research methods, namely, the study of information sources related to the theoretical issues of forming a socio-economic basis for the formation of a service sector development strategy in an unstable external environment. The scientific results are the monitoring the service sector in Russia and abroad, determining the impact of the pandemic on the service sector development. The author determined that the socio-economic basis for forming a service sector development strategy in an unstable external environment should be based, on the one hand, on the main directions of social activity of the state and differentiation of state programs, and on the other, on the analysis of the main sources of financial resources - their availability, risk level and efficiency of use, as well as an assessment of their potential capacity in the service sector. The article presented a mechanism for strategic management of enterprises and other economic entities in the service sector developed by the author. The scope of application of the research results will be enterprises and organizations in the service sector, the service sector, and strategic planning departments. Future research will focus on modelling strategies for the development of the service sector in an unstable external environment, namely, the formation of a strategy for the economic development of primary and aggregated links in the service sector, strategies for adapting enterprises and other economic entities in the service sector to the conditions of a competitive market environment, and the development of strategic management of enterprises and other economic entities in the service sector.*

Keywords: *socio-economic basis, development strategy, service sector, unstable external environment, social activity, state programs, strategic management*

Citation: Azaryan, A. A. (2020). Socio-economic basis for forming the service sector development strategy in an unstable external environment. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 33-43. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10403. (In Russ.).

Article History

Received 19 October 2020

Accepted 12 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Введение. Сфера услуг является динамично развивающейся и наиболее перспективной отраслью современной экономики, охватывающей широкий спектр деятельности субъектов хозяйствования по таким направлениям, как: торговля, гостеприимство и питание гостиничные услуги и организация питания, туризм, транспорт, связь, финансы, нотариальные услуги, страхование, услуги риелтора, образование, коммунальное хозяйство, услуги для быта, бизнеса (консалтинг, аудит, логистика, реклама и PR и др.), шоу-бизнес, услуги провайдера, развлечения и игры, красота, оздоровление и т.п. В мировой практике уже более десяти лет прослеживается устойчивая тенденция, характеризующаяся ростом количества занятых в сфере услуг и сокращением удельного веса занятого населения ряда стран в промышленности и сельском хозяйстве.

Так, например, в 2010 г. удельный вес занятых в сфере услуг увеличился в странах ЕС-27 до 66,6%, в то время как наблюдалось снижение этого показателя в промышленности до 28,7%, а в сельском хозяйстве – до 4,7%¹.

В 2018 г. доля занятых в сфере услуг в странах G-20 составила более 70% (кроме Индии – 31,45%, Китая – 44,61, Мексики – 31,05, России – 67,3, Турции – 54,48%), а в некоторых странах Западной Европы этот показатель превышает 80%: Великобритания – 80,75, Кипр – 80,5, Люксембург – 88,05, Нидерланды – 81,63%². С учетом расширения в глобальном масштабе процесса цифровизации, а также корректив, которые внесла пандемия вируса COVID-19, вопросы определяющие социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды становятся весьма актуальным.

Сфера услуг в России в 2019 г., где

работают больше 20 млн. человек, пострадала от кризиса пандемии сильнее всего 63% предпринимателей рассказали о падении спроса, объема оказанных услуг и прибыли. Аналитики уверены, что отрасль не восстановится раньше 2022 года, по данным исследований Центра конъюнктурных исследований³.

Деловой климат в российской сфере услуг в первом полугодии 2020 года «беспрецедентно ухудшился», следует из опроса 6 тыс. предпринимателей, который Росстат провел для ЦКИ. В первом квартале сфера услуг находилась в «позитивной стагнации», но во втором пандемия привела отрасль к самой глубокой рецессии за все 8,5 лет наблюдений. Почти 63% владельцев бизнеса в России в 2019 году говорят о снижении спроса, объема оказанных услуг и прибыли. В экономике с Covid-19 в России хуже всего придется сфере услуг, которая в ближайшие 1-2 года продолжит падать и восстанавливаться она будет медленнее остальных.

Индекс PMI сферы услуг России в апреле 2020 года снизился до 12,2 пункта с 37,1 пункта в марте. Такое падение зафиксировано впервые за всю историю наблюдений, сообщается в исследовании компании IHS Markit, рассчитывающей экономические индексы⁴.

Поддержку индексу оказали продолжающие работу сервисы, – доставка, автомойки и другие. Значение индекса выше 50 пунктов означает рост деловой активности, ниже 50 – сокращение. Совокупный российский индекс объемов производства с учетом активности в обрабатывающих отраслях и в сфере услуг в апреле рухнул впервые за время наблюдений до 13,9 пункта с 39,5 пункта в марте. Российская сфера услуг в апреле указала на самое резкое падение деловой активности за всю историю исследования поскольку влияние чрезвычай-

¹ Щербакоева Е. Меньше всего сократилось число занятых в сфере услуг, больше всего - в промышленности. 2011. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2011/0483/barom03.php> (Дата обращения: 17.10.2020).

² Макроэкономика. 2020. URL: https://www.economicdata.ru/economics.php?menu=macroeconomics&data_type=economics&data_ticker=ServicesEmploy (Дата обращения: 16.10.2020).

³ Центр конъюнктурных исследований. 2020. URL: https://issek.hse.ru/dep_congres (Дата обращения: 17.10.2020).

⁴ Британская компания IHS Markit. 2020. URL: <https://ihsmarkit.com/index.html> (Дата обращения: 16.10.2020).

ных ограничений после вспышки коронавируса (COVID-19) парализовало весь сектор. Среди причин снижения – приостановка бизнеса и падение спроса со стороны клиентов, которые сдерживали расходы и откладывали размещение заказов, которые в современных реалиях формируют условия нестабильной внешней среды. В итоге компании сферы услуг заметно сократили численность служащих. Сохраняется пессимизм в ожидании роста деловой активности, но уверенность немного повысилась по сравнению с мартовским показателем. Ради удержания клиентов некоторые компании снизили отпускные цены, несмотря на существенное увеличение затрат⁵.

Теория. Научные публикации по формированию стратегии развития организации сферы услуг авторов Лашмановой М.В., Лоренц А.Е., Бычкова И.Г. вызвали научный интерес и имеют дискуссионные положения и также являются основой для дальнейших научных исследований. Эффективность развития сферы услуг подробно представлена в научной публикации таких авторов, как Шавандиной И. В., Кучина С. В., Козлова В. А.

Изучение и обобщение мнения ряда авторов показало, что услуга представляет собой деятельность взаимодействия субъектов потребителя и исполнителя, результат которой направлен на удовлетворение определенных нужд потребителя. Существует несколько вариантов классификации полезной деятельности и видов услуг. Услуги занимают определенную долю на рынке. Объем оказываемых услуг населению в Российской Федерации ежегодно увеличиваются, что ведет к устойчивой тенденции роста объема платных услуг населению. Перечень эффективно оказываемых услуг разнообразен, и доля каждого в структуре имеет определенное значение [10, с. 142-153].

Описание социально-экономического базиса для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней

среды должно базироваться, с одной стороны, на основных направлениях социальной активности государства и дифференциации государственных программ, а с другой, – на анализе главных источников получения финансовых ресурсов – их доступности, уровне риска и эффективности использования, а также оценки их потенциальной емкости в сфере услуг. Социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды должен решать ряд задач, которые бы покрывали возможность экстремальных ситуаций. К числу таких экстремальных ситуаций относятся следующие:

1. Острое социальное напряжение в условиях нестабильной внешней среды (высокий уровень безработицы, задолженность по заработной плате, несоблюдение условий социального обеспечения).

2. Возможность получения иностранных кредитов. В большинстве своем зарубежные инвесторы приемлют только открытую и четкую бухгалтерскую отчетность. Это объясняется желанием уменьшить риск. Поскольку серьезный инвестор не станет вкладывать свои средства без тщательной аудиторской проверки, тесные связи основного предприятия со структурами аффилированных лиц станут ему известны [1].

Функционирование субъектов в сфере услуг сопряжено с взаимодействием, обеспечивающим соблюдение интересов участвующих в нем сторон, и опосредовано ограниченной рациональностью лиц, принимающих решение об их производстве/предоставлении, а также восприятием необходимости, ценности и значимости услуг. В современном динамично меняющемся мире для предприятий уже недостаточно конкуренции «цена-качество» для реализации их внешних и внутренних интересов, основанных на постоянном снижении затрат. Необходимы новые

⁵ Сфера услуг в России подает признаки жизни. 2020. URL: <https://investfuture.ru/news/id/sfera-uslug-v-rossii-podaet-priznaki-jizni> (Дата обращения: 17.10.2020).

механизмы, учитывающие скорость и адекватность реакции представителя услуг на изменяющиеся запросы и ожидания потребителей с учетом их ограниченной рациональности при принятии решений, что требует адаптированных моделей разработки стратегии действий со стороны субъектов хозяйствования, функционирующих в сфере услуг.

Субъект, принимающий решение в условиях неопределенности (нестабильной рыночной среды), должен понимать многомерность и многоплановость возможных решений, возникающих по причине:

- ограниченной рациональности человека;

- разноплановости выделяемых факторов как исходных точек, может, позиций, с которых будет рассматриваться и изучаться объект исследования;

- различий в когнитивных способностях субъекта, осуществляющего мониторинг, анализ и оценку изучаемого объекта исследования;

- неконвенциональности взглядов на «правильность», адекватность проведения эксперимента, а следовательно, на ожидаемый и получаемый «результат» реализации исследуемого объекта от моделирования процесса ввиду сложности бытия, многогранности и «непрозрачности» сконструированных разумом исследователя идеальных моделей;

- множественности теорий, положенных в основу исследовательских программ, что приводит к отличающимся друг от друга результатам при исследовании одного и того же объекта, и относительности «истин и картин» природы объекта исследования.

С середины 70-х гг. XX в. начался период информатизации, наложивший определенный отпечаток на научно-техническое развитие и спровоцировавший начало развития сервисной сферы, расширяющейся на более «наукоемкие» направления. И. Киселева и С. Искаджян в результате анализа отраслевой

структуры мирового ВВП за 2005–2010 гг. установили следующее [3, с. 17-20]:

- сервисный сектор показывает прирост в 108,2%, т.е. рынок услуг увеличил свои объемы в мировом ВВП в 2,5 раза;

- население все чаще расходует свои средства на приобретение услуг, что обусловлено улучшением качества жизни;

- значительный удельный вес в международной торговле услугами приходится на экономически развитые страны (о чем свидетельствует статистика платежного баланса, опубликованная МВФ);

- в развитых странах мира наблюдается высокий уровень занятости в сервисной сфере (лидерами являются США – 80%, Великобритания – 79, Швеция – 78, Канада – 75, Нидерланды и Франция – по 72%).

Однако следует обратить внимание на то, что и кому принадлежит в сервисной сфере в мире (табл. 1).

Вместе с тем в некоторых государствах сервисная отрасль является важнейшей при формировании ВПП территорий и целых стран (рис. 1).



Рис. 1 – Доля сервисной отрасли в ВВП стран и особых территориальных единиц, %⁶

Как следует из данных рис. 1, Всемирного банка и Статистической службы ЕС, в торговом обороте небольших стран, таких как Каймановы острова, Кипр, Монако и Макао (специальный административный район на юге Китая

⁶ Сост. по данным: Balance of Payments Statistics Yearbook IMF. 2016. URL: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.html (Дата обращения: 17.10.2020).

– Азиатский Лас-Вегас), ВВП страны сформирован более чем на 95% сферой услуг, а Гибралтара – на 100%. Исходя из сложившихся условий (политических, климатических, социально-экономических и др.) для некоторых территорий и небольших стран в мировом ВПП

отведено место специализации в области туризма и морских перевозок, они выведены из сферы конкуренции в направлении промышленного развития, что делает эти страны весьма уязвимыми и зависимыми от доминирующих в промышленном отношении.

Таблица 1 – Специализация в сервисной сфере некоторых стран мира

Страна	Специализация в сервисной сфере	Компании
Швейцария	Банковская сфера, организация материально-технического обеспечения, обеспечение безопасности	UBS, Credit Suisse, Private bankers, Raiffeisen; Swiss Consulting Partners; Adecco, SGS, Weatherford, Transocean
Великобритания	Страхование, аукционная торговля, управление денежными операциями, аудит и консалтинг	Aviva, Legal & General, Lloyd's of London, RSA, Standard Life Aberdeen; Sotheby's, Christie's; Cunard, Wightlink; «Ernst & Young», Deloitte Touche Tohmatsu, PricewaterhouseCoopers
Швеция	Специализированные перевозки, инжиниринг	CSCL, COSCO, WANHAI, OOCL, MSC, YANGMING, PIL, EVER GREEN, MAERSK, CMA, ZIM; SKYPE, Spotify, ERICSSON, Tele2
США	Управление гостиничным хозяйством, ИКТ, развлечения, почтовые услуги и логистика, биржи	Marriott International, Hilton Worldwide, Wyndham Hotel Group, Choice Hotels International, Starwood Hotels and Resorts; Global Aviation Services & Travel; IBM, Electronic Data Systems, Microsoft Corporation; Walt Disney Parks and Resorts, города-казино Лас-Вегас и Атлантик-Сити; United Parcel Service, FedEx; New York Stock Exchange, NYSE Arca Options (Фондовая биржа Тихоокеанского побережья), Chicago Mercantile Exchange, NASDAQ OMX Group (Филадельфийская фондовая биржа)
Сингапур	Морские перевозки; мировой финансовый центр Юго-Восточной Азии	Порт Чангли; Development Bank of Singapore (DBS), Oversea-Chinese Banking Corporation (OCBC), United Overseas Bank (UOB), Overseas Union Bank (OUB)

Таким образом, города и страны, специализирующиеся в сфере рекреации, развлечений и поддержания здоровья, в основу своей экономики закладывают культурно-рекреационное обслуживание. Например, формируют группы направлений взаимодействующих видов услуг (экскурсионное обслуживание, размещение в гостинице, планирование культурно-развлекательных мероприятий и бронирование билетов и т.д.) на основе развития туристической отрасли.

Социально-экономический базис для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды играет роль своеобразного фильтра, через который при подготовке пропускаются все остальные решения, носящие стратегический

характер, и который в зависимости от избранного варианта социальной стратегии существенно влияет на конечный результат принятия решений.

В результате научного исследования считаем возможным выделить ряд особенностей, которые свойственны процессу разработки стратегии для предприятий сферы услуг:

1. При разработке стратегии особое внимание следует уделять анализу «входных барьеров» в отрасль:

– необходимость значительного первоначального инвестирования при вхождении на отраслевой рынок услуг;

– экономия от масштаба, связанная со снижением издержек на одного клиента по мере роста объемов предоставления услуг;

– дифференциация услуг, обусловленная наличием на рынке услуг организаций, создавших привлекательный имидж и лояльных потребителей;

– преимущество конкурентов, определяемое их доступом к сбытовым сетям и наличием опыта функционирования на рынке услуг.

2. Разработка специфической «стратегической сервисной концепции». Данная модель должна содержать «четыре основных элемента (целевой сегмент рынка, концепция услуги, операционная стратегия и система доставки услуги) и интегрированные элементы (позиционирование, соотношение ценность/издержки и интеграция стратегии/системы), чтобы связать вместе основные элементы».

На основании «стратегической сервисной концепции» определяются структурные и управленческие элементы, лежащие в основе формирования стратегии компании:

– система доставки: фронт- и бэк-офисы, автоматизация, участие потребителя;

– дизайн места предоставления услуги: размер, вид;

– характеристика региона/района/города, в котором предоставляется услуга: конкурентная ситуация, демографическая ситуация и т. д.;

– планирование мощностей: управление очередями, планирование набора услуг, прогнозирование спроса.

3. Важно, чтобы стратегические усилия сервисной компании были направлены на повышение ценности предоставляемых услуг. Ценность услуги непосредственно связана с уровнем удовлетворенности потребителей.

4. Выбор конкурентной стратегии для сервисной компании тоже имеет свою специфику и особенности: лидерство по издержкам; дифференциация; специализация (концентрация на нише).

5. Для эффективного управления качеством стратегия организаций сферы услуг может включать целевые показатели, основанные на представлении о стандартных стадиях

достижения конкурентоспособности организаций сферы услуг.

Эффективно функционирующее предприятие образует адекватный механизм «роста» системы, что, в свою очередь, расширяет область устойчивости хозяйственной системы, повышает потенциал её самоорганизации. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для устойчивого развития торгового предприятия важен не только характер критериев, но и эффективное сочетание инструментов, обеспечивающих устойчивое развитие предприятия. Перспективу развития предприятия можно анализировать как результат общего влияния разных блоков факторов и реакцию предприятия на это влияние. Поэтому необходим системный подход к оценке предприятия, который должен учитывать все факторы, влияющие на деятельность организации. Факторы являются переменными величинами, характеризующие условия, в которых происходят финансовые, социально-экономические, производственные процессы, и причины, под воздействием которых эти процессы и их результаты изменяются [4].

Данные и методы. Методологическую основу данной статьи составили эмпирические методы исследования, а именно изучение источников информации, касающихся теоретических вопросов формирования социально-экономического базиса для формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды.

Модель. Сущность категории «стратегия» зависит от условий экономического развития субъекта предпринимательства, сферы его функционирования и ее рыночной ориентации. Если вести речь о сфере услуг в странах, подверженных влиянию факторов нестабильной внешней среды, то следует отметить ее направленность на внутренний рынок и слабую активность на мировых рынках. Такая ситуация наблюдается как среди первичных, так и среди агрегированных звеньев сферы услуг, а обусловлена она негативным влиянием факторов внешней среды, в частности

политических.

Один из зарубежных исследователей в области стратегирования А. Чандлер отмечает, что «стратегия – это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для их достижения». В данной формулировке четко прослеживается целевой ориентир деятельности предприятия

и ресурсное обеспечение, необходимое для его достижения. Это определение целесообразно дополнить ориентированием на прибыль или другой (любой) эффект деятельности первичного или агрегированного звена экономики.

На рис. 2 представлены классификационные признаки стратегий в зависимости от направлений экономического развития.



Рис. 2 – Классификационные признаки стратегий в зависимости от направлений экономического развития

Существуют также подходы к пониманию стратегии как:

- способа реакции на внешнюю среду [2];
- определения сильных и слабых сторон развития на рынке [6];
- правил игры;
- совокупности подходов [8];
- процедуры планирования, прогнозирования и правильного выбора управленческого решения [8];
- выбора оптимального вида деятельности [7] и др.

В рамках настоящего исследования представляет интерес подход Г. Минцберга, который предлагает «пятислойное» определение стратегии: «стратегия – это план, сочетающий описание целей предприятия в виде

перспектив его рыночной позиции и внутреннего состояния, а также принципов или моделей поведения, которых придерживается предприятие на пути к достижению этих целей» [5].

Таким образом, стратегия – это мультивариантный план развития объекта по установленным рыночным правилам под воздействием внешних и внутренних факторов, позволяющий достичь поставленных целей на максимально выгодных условиях.

Отличительной особенностью предложенного подхода является критерий мультивариантности, который позволит предприятию максимально быстро и гибко реагировать на изменение внутренней или внешней среды без потери устойчивой рыночной позиции.

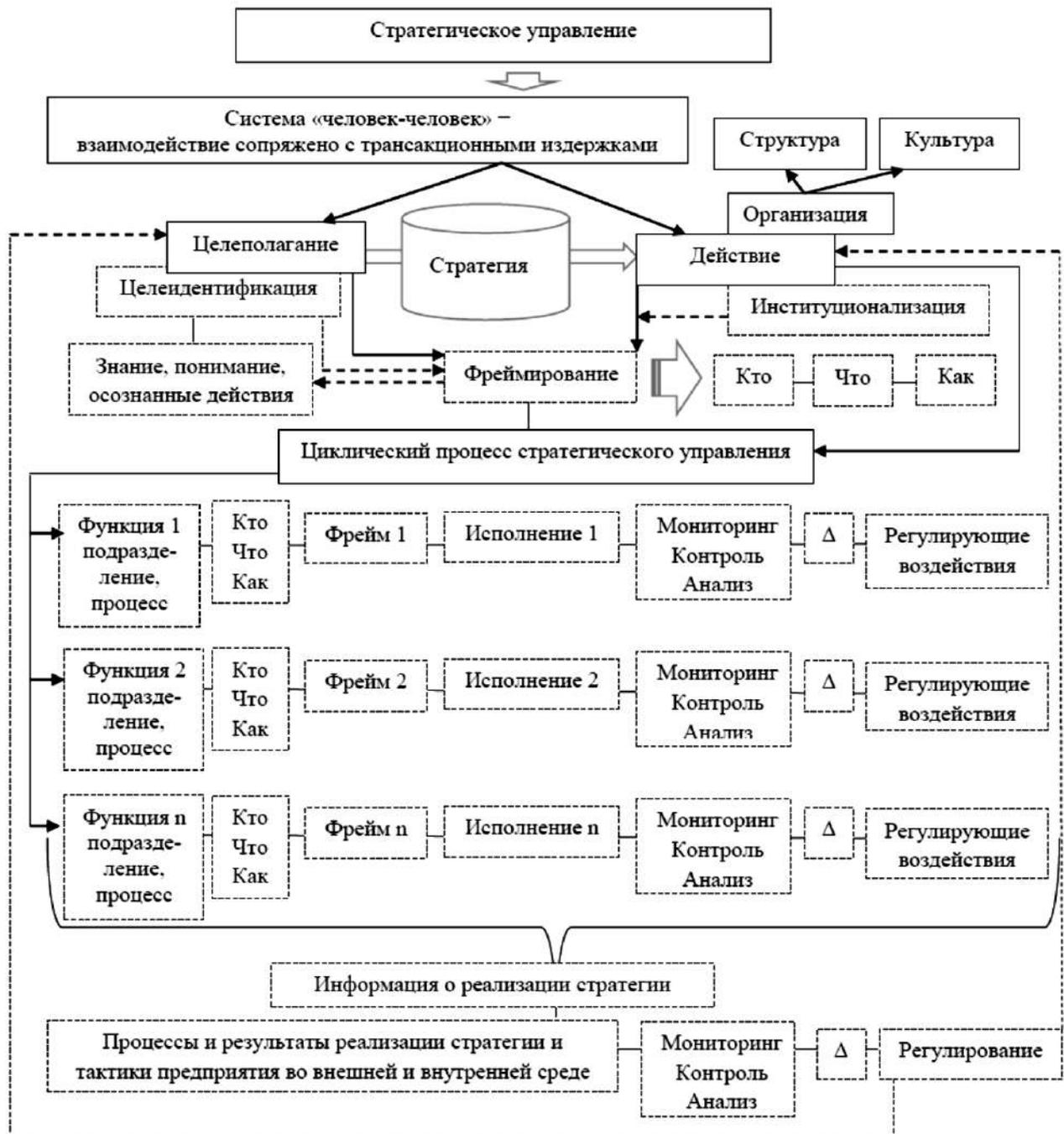


Рис. 3 – Механизм стратегического управления предприятиями и другими хозяйствующими образованиями сферы услуг

Полученные результаты. Механизм управленческой работы в части реализации стратегического управления предприятиями и другими хозяйствующими образованиями сферы услуг представлен на рис. 3.

Важной составляющей управленческой работы, особенно высшего эшелона

управления, является понимание собственной ответственности за принимаемые решения, которые носят стратегический характер, и обеспечение их реализации. В этой связи необходимым условием для реализации стратегии является институционализация как самой стратегии, так и работ на предприятии, а также их

фреймирование. Фрейм представляет собой «...способ мышления, соотнесения внешней информации с имеющимися нормами и правилами их реализации, выбранными за основу», т.е. каждый сотрудник предприятия должен знать, кто, что и как должен делать на своем участке работы, встроенном в общую «гармонию» функционирования предприятия.

Многократность повторения опыта управления предприятием позволит отследить и разработать собственный оптимальный вариант действий как на рынке, так и внутри предприятия, что даст возможность оптимизировать транзакционные издержки при условии максимального достижения желаемых результатов (объемов деятельности, прибыли, затрат).

Исходя из предложенного механизма становится очевидной ложность представлений некоторых современных руководителей о множестве специалистов, которые «стоят за окном» и готовы «хорошо» работать на их предприятии. Каждый руководитель должен осознавать, что внедрение «новых специалистов» в их действующую модель, особенно если она несовершенна, будет сопряжено с транзакционными издержками по их адаптации.

Под адаптацией понимается, например, изучение существующих норм и правил работы предприятия, «привыкание» к организационной структуре и культуре, способам взаимодействия, фреймированию теперь уже ими (вновь принятыми сотрудниками) того, что называется работой с внешним и внутренним окружением, средой предприятия. Также этот

процесс сопряжен с когнитивными, моральными и поведенческими нормами и ментальными моделями «новых сотрудников», принимаемыми решениями, адекватность которых определяется только экспериментальным путем, в процессе их непосредственной работы.

Отсюда вытекает относительная справедливость известного тезиса о том, каждый последующий принятый, обычно, хуже предыдущего, очевидность вреда текучести кадров для предприятия, а следовательно, необходимость работы с персоналом, повышения его квалификации, создания «социальных лифтов» для роста по служебной и карьерной лестнице («выращивание» кадров).

Заключение. Социально-экономический базис для формирования стратегий развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды определяется как совокупность определенных составляющих групп факторов, которые имеют важное значение при формировании стратегии развития сферы услуг. Данные группы факторов будут иметь важное значение особенно в условиях нестабильной внешней среды вызванной пандемией. К таким группам факторов относятся следующие: мониторинг, анализ и оценка состояния основных отраслей сферы услуг, особенности развития сферы услуг с учетом нестабильной внешней среды; организационно-экономический механизм защиты и поддержки населения в сфере социальных услуг на основе институционального анализа; факторы и условия, определяющие разработку стратегии развития сферы услуг.

Список источников

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг. М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2006. 718 с.
2. Евенко Л. Стратегия в акционерном обществе // Журнал для акционеров. 1996. №7.
3. Киселева И.А., Искаджян С.О. Сфера услуг как основа развития современной экономики // Вопросы экономики. 2013. №46(184). С. 16-20.
4. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининной, И.И. Мазуровой. СПб.: Питер, 2014. 576 с.
5. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000.
6. Портер М. Международная конкуренция. М.: Междунар. отношения, 1993.
7. Портер М. Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. 495 с.

8. **Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж.** Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. М.: Вильямс, 2003; 2007.
9. **Шавандина И.В., Кучин С.В., Козлов В.А.** Эффективность развития сферы услуг в Российской Федерации // Вестник НГИЭИ. 2018. №8(87). С. 142–153.

References

1. **Bagiev, G. L., & Tarasevich, V. M.** (2006). *Marketing*. Moscow: CJSC Publishing House «Economy». (In Russ.).
2. **Evenko, L.** (1996). Strategiya v aktsionernom obshchestve [Strategy in a joint-stock company]. *Zhurnal dlya aktsionerov [Journal for Shareholders]*, 7. (In Russ.).
3. **Kiseleva, I. A., & Iskadzhyan, S. O.** (2013). Sfera uslug kak osnova razvitiya sovremennoi ekonomiki [The service sector as the basis for the development of the modern economy]. *Voprosy ekonomiki [Economic issues]*, 46(184), 16-20. (In Russ.).
4. **Voitolovsky, N. V., Kalinina, A. P., & Mazurova, I. I. (Eds.)**. (2014). *Kompleksnyi ekonomicheskii analiz predpriyatiya [Comprehensive economic analysis of the enterprise]*. St. Petersburg: Piter. (In Russ.).
5. **Mintzberg, G., Alstrend, B., & Lempel, D.** (2000). *Shkoly strategii [Schools of strategies]* St. Petersburg: Piter. (In Russ.).
6. **Porter, M.** (1993). *Mezhdunarodnaya konkurentsia [International competition]*. Moscow: International relations. (In Russ.).
7. **Porter, M.** (2001). *Konkurentsia [Competition]*. Moscow: Williams Publ. House. (In Russ.).
8. **Tompson, A. A., & Striklend, A. Dzh.** (2003 / 2007). *Strategicheskii menedzhment: kontseptsii i situatsii dlya analiza [Strategic management: concepts and situations for analysis]*. Moscow: Williams Publ. House. (In Russ.).
9. **Shavandina, I. V., Kuchin, S. V., & Kozlov, V. A.** (2018). Effektivnost' razvitiya sfery uslug v Rossiiskoi Federatsii [Efficiency of development of the service sector in the Russian Federation]. *Vestnik NGIEI [Vestnik NGIEI]*, 8(87), 142–153. (In Russ.).

УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10404

КИЦИС Вячеслав Михайлович

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева (Саранск, Респ. Мордовия, РФ)
кандидат географических наук, доцент; vkitsis@mail.ru*

КАЛАБКИНА Ирина Михайловна

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева (Саранск, Респ. Мордовия, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; i.m.kalabkina@yandex.ru*

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ СЕТИ В ТУРИЗМЕ РОССИИ

Туристский бизнес относится к числу отраслей с достаточно высокой долей риска, поскольку туристский рынок характеризуется высоким уровнем конкуренции. Создать туристское агентство довольно просто, однако выдержать конкуренцию на рынке туризма очень сложно. Потребители, как правило, доверяют фирмам, давно зарекомендовавшим себя, имеющим устойчивые рыночные позиции. Волна банкротств крупных российских туроператоров в сочетании с неблагоприятными экономическими условиями в стране, вызывают недоверие потенциальных клиентов к малоизвестным туристским фирмам. В связи с этим наиболее экономически целесообразно для малых и средних туристских предприятий использовать такую форму объединения с крупными турфирмами, как франчайзинг, выступая на рынке под их торговой маркой. Таким образом, происходит формирование франчайзинговых сетей. На основании этого целью статьи является исследование условий функционирования туристских франчайзинговых сетей в России. Объектом изучения выступают франчайзинговые системы. В процессе исследования было выявлено, что франчайзинговые системы в туристской индустрии России, несмотря на почти 30-летнюю историю, до сих пор еще не получили должного уровня развития, сопоставимого с ведущими зарубежными странами. Развитие туристских франчайзинговых сетей в нашей стране препятствуют разного рода факторы, среди которых выделяются законодательные и экономические. Вместе с тем, как свидетельствуют материалы статьи, развитие франчайзинговых сетей в туризме России происходит достаточно динамично, а ряд сетей, согласно рейтингам, входит в первую сотню франшиз страны. Результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности туристских организаций, а также в учебном процессе при подготовке кадров для сферы туризма.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговые сети, франшиза, туризм, туристские предприятия, туристский рынок, бренд, торговая марка

Для цитирования: Кицис В.М., Калабкина И.М. Франчайзинговые сети в туризме России // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 44-56. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10404.

Дата поступления в редакцию: 1 сентября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 11 октября 2020 г.

Vyacheslav M. KITSIS

National Research Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia)
PhD in Geography, Associate Professor; e-mail: vkitsis@mail.ru

Irina M. KALABKINA

National Research Ogarev Mordovia State University (Saransk, Rep. of Mordovia, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: i.m.kalabkina@yandex.ru

FRANCHISE NETWORKS IN RUSSIAN TOURISM

Abstract. *The tourist business is among the industries with a fairly high degree of risk, since the tourist market is characterized by a high level of competition. Creating a travel agency is quite simple, but it is very difficult to withstand competition in the tourism market. Consumers, as a rule, trust firms that have long proven themselves with stable market positions. The wave of bankruptcies of large Russian tour operators, combined with the unfavorable economic conditions in the country, cause the distrust of potential customers to little-known tourist firms. In this regard, it is most economically feasible for small and medium-sized tourist enterprises to use this form of association with major travel agencies, such as franchising, speaking on the market under their brand name. Thus, the formation of franchise networks. Based on this, the purpose of the article is to study the conditions for the operation of tourist franchise networks in Russia. The object of study is the franchise system. In the course of the research, it was revealed that franchise systems in the tourist industry of Russia, despite the nearly 30-year history, have not yet received an adequate level of development comparable to leading foreign countries. The development of tourist franchise networks in our country is hindered by various kinds of factors, among which legislative and economic ones stand out. At the same time, as the materials of the article indicate, the development of franchise networks in Russian tourism is quite dynamic, and a number of networks, according to ratings, are among the first hundred franchises of the country. The results of the study can be used in the practical activities of tourism organizations, as well as in the educational process in the training of personnel for the tourism sector.*

Keywords: *franchising, franchise networks, franchise, tourism, tourist enterprises, tourist market, brand, trademark*

Citation: Kitsis, V. M., & Kalabkina, I. M. (2020). Franchise networks in Russian tourism. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 44-56. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10404. (In Russ.).

Article History

Received 1 September 2020
Accepted 11 October 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Введение. Значительная масса российских предпринимателей считает, что туристский бизнес является достаточно простым, не предъявляет особых требований к знаниям в специфике туристской деятельности. В связи с этим многие рассматривают открытие туристского предприятия как достаточно простое дело – купил путевку у туроператора, а затем по более высокой цене продал ее клиенту. Однако за кажущейся простотой, обусловленной низким входным барьером, скрыт достаточно сложный механизм выживания в условиях жесткой конкурентной борьбы на туристском рынке.

Процессы глобализации, происходящие в мировой экономике, затрагивают и туристский рынок, на котором функционируют предприятия как малого и среднего бизнеса, так и крупные предприниматели. Процесс глобализации ведет к тому, что конкурентоспособными на рынке окажутся ведущие игроки-франчайзеры. В результате основная часть туристских предприятий, относящихся к сегменту малого и среднего предпринимательства и характеризующихся повышенной чувствительностью к коммерческим рискам, сможет существовать в рамках франчайзинговых сетей, поскольку это экономически выгоднее, чем противостоять крупным предприятиям в одиночку. Создание франчайзинговых сетей является действенным экономическим механизмом, позволяющим повысить эффективность предпринимательства в туризме. Таким образом, франчайзинговая схема развития туристского бизнеса в России является наиболее актуальной и востребованной.

Объектом изучения являются франчайзинговые системы, а предметом – функционирование франчайзинговых сетей в туристской отрасли страны. Исходя из этого, целью статьи является изучение условий функционирования туристских франчайзинговых сетей в России.

Теория. Жесткая конкурентная борьба на туристском рынке приводит к тому, что в среднем в России ежегодно открываются сотни туристских фирм, но почти 70% из них закрывается после первого года работы, через два года ее осуществляют лишь 7–10 % предприятий, а до трехлетия доживают еще меньше¹. Поэтому выгоднее создавать туристские предприятия, входящие во франчайзинговые сети, учитывая, что ряд франчайзинговых сетей за годы своего существования успели себя отлично зарекомендовать на туристском рынке России.

Франчайзинговые сети – это прогрессивная современная форма работы туристских агентств. Они подтвердили свою эффективность, но их потенциал в отечественном туристском бизнесе еще полностью не раскрыт.

Вопросы использования франчайзинга и франчайзинговых сетей в туристской индустрии неоднократно поднимались как в отечественной, так и в зарубежной литературе. Так, Алиев О.М. рассматривает франчайзинг как экономический механизм, позволяющий повысить эффективность предпринимательства [1]. Теоретические основы и история развития франчайзинга, а также области его применения раскрываются в статье М.В. Колинченко [3]. Практическому применению франчайзинга в индустрии туризма посвящена работа Е.Н. Егоровой и Е.О. Лантух [2]. Е.Е. Коновалова и А.А. Силаева анализируют преимущества и недостатки франчайзинговой формы ведения бизнеса турфирм [4]. В статье Кузнецова В.И. и Землянской Н.А. рассматриваются вопросы формирования стратегии развития туристских предприятий посредством франчайзинга [5]. В работе Д.Г. Ледова показаны структура, типология и виды франчайзинга, а также особенности и виды взаимоотношений, возникающих между франчайзером и франчайзи [6]. Проблемам, тенденциям и перспективам развития франчайзинга посвящены статьи Л.А. Любимовой и Е. В. Плотниковой [7], А.Л. Пековой и С.Г.

¹ Инвестиции в туристический бизнес // Бизнес-ресурс. URL: <http://business-resurs.com.ua/investitsii-v-turisticheskij-biznes-bus%7C3842.html> (Дата обращения: 20.07.2019).

Ерохина [8].

Среди зарубежных исследований применительно к франчайзинговым системам в туристской индустрии можно отметить работу L. Altinay, M. Brookes и G. Aktas, в которой определяются и оцениваются подходы, процессы и критерии выбора партнеров-франчайзеров, используемые туристическими франчайзи [9]. К. Choi с соавторами рассматривает влияние диверсификации брендов на эффективность ресторанных компаний, которые должны учитывать масштаб фирмы, эффективность продаж, общие и административные расходы, стратегию франчайзинга и позиционирование брендов [10]. Статья M. Confalonieri посвящена фундаментальным характеристикам основного франчайзингового контракта в гостиничных цепях [11]. W. Szakon в своей статье делает вывод, что по теоретическим и управленческим причинам создание франчайзинговой сети в индустрии туризма требует дальнейшего изучения, отмечая, что режим управления сетью обещает улучшить показатели региональной индустрии туризма [12]. J. Moon и A. Sharma дают ответы на вопросы о том, выгоден ли франчайзинг в индустрии гостеприимства [13]. Цель исследования D. Puciato, A., Łoś и K. Mrozowicz состояла в том, чтобы определить роль франчайзинга в уменьшении информационной асимметрии и морального риска, возникающего в результате этой асимметрии между поставщиками туристских услуг, сотрудничающими друг с другом [14]. К. Sayabaev с соавторами рассмотрели влияние франчайзинга на туризм в Казахстане, область применения франчайзинга и его значение в развитии малого и среднего бизнеса [15]. R.M.W. Yeung, M. Brookes и L. Altinay изучали процесс принятия решения о покупке франшизы в сфере гостеприимства, а также роль национальной культуры в приобретении франшизного бренда и выборе потенциального франчайзера [16].

Данные и методы. При написании статьи использовались материалы периодических изданий, опубликованных в российских и зарубежных журналах. Информационную базу исследования составили материалы интернет-источников. Также были проанализированы статистические и рейтинговые данные из открытых источников. В качестве основного метода исследования применялся метод анализа. Кроме того, использовались методы обобщения, описания и др.

Полученные результаты. Мировая практика использования франчайзинга в туристском бизнесе свидетельствует о достаточно широком его распространении. Этому, по мнению Российской Ассоциации Франчайзинга, способствуют²:

–успех: 90% компаний, работающих по системе франчайзинга, остаются на рынке через 5 лет после открытия;

–глобальность: 40% всех продаж в мире осуществляется по системе франчайзинга;

–важность: от 5 до 15% ВВП составляет доход государства от франчайзинга.

Сравнительная выживаемость фирм на рынке в зависимости от условий работы по франчайзингу и без него показана на рис. 1.



Рис. 1 – Сравнительные данные выживаемости фирм с франчайзингом и без него³

²Франчайзинг как эффективный инструмент развития бизнеса. URL: <https://present5.com/franchajzing-kak-effektivnyj-instrument-razvitiya-biznesa-19-10/> (Дата обращения: 19.07.2019).

³Франчайзинг в России. URL: <http://www.newreferat.com/ref-41973-2.html> (Дата обращения: 18.07.2019).

Из рис. 1 следует тот факт, что 9 из 10 фирм, созданных на условиях франчайзинга и входящие во франчайзинговые системы, продолжают работать и через 10 лет после создания. Их количество за 10 лет сократилось только на 7%, тогда как число фирм, начавших работать без франчайзинга, за этот же период времени сократилось на 44 %, или почти в 3,5 раза.

Рынок франчайзинга в России развивается достаточно динамично, о чем свидетельствуют данные рис. 2.

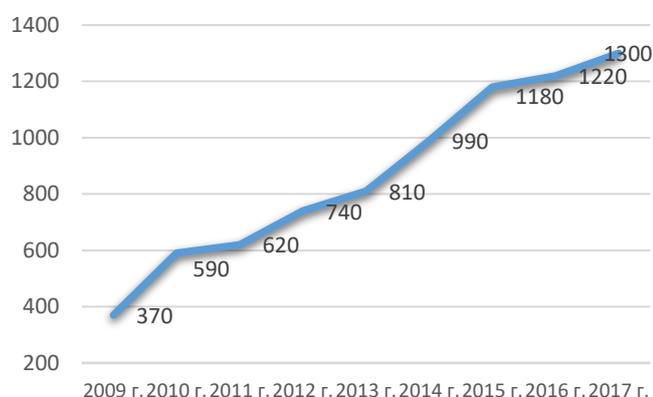


Рис. 2 – Динамика числа франчайзинговых брендов в России²

Из данных рис. 2 видно, что тенденция роста числа франчайзинговых концепций достаточно устойчива и наращивает свои темпы. По данным исследования портала franshiza.ru, рынок франчайзинга в России за 2018 г. вырос на 19%. Это рекордный показатель, так как за 2017 г. он вырос на 5%, а еще раньше увеличивался в среднем на 10–12% в год. В нач.2018 г. было 1900 продавцов франшиз, в нач. 2019 г. – немногим более 2250. При этом активно продвигают свои франшизы всего около 1 тыс. компаний⁴.

Одновременно с увеличением числа франчайзинговых брендов в нашей стране происходит устойчивый рост числа франчайзинговых объектов в России: с 18,5 тыс. в 2009 г. до 55 тыс. в 2017 г., т. е. почти в 3 раза за 9 лет².

Отраслевая структура франчайзинга также подвержена существенным изменениям. Соотношение между отраслями хозяйства, в которых действуют франчайзинговые предприятия, показано на рис. 3.

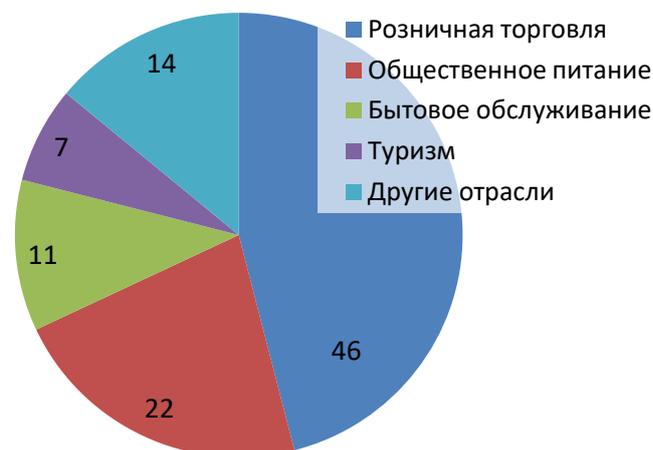


Рис. 3 – Отраслевая структура франчайзинга в России в 2017 г., %²

Из данных рис. 3 можно сделать вывод, что ведущую роль франчайзинг играет в розничной торговле, на долю которой в 2017 г. приходилось 46% франчайзинговых предприятий страны. Второе место занимали предприятия питания с удельным весом 22%, а на третьем месте расположились предприятия, входящие во франчайзинговые сети бытового обслуживания.

Как видно из рис. 3, процесс развития франчайзинга не обошел стороной и туристский бизнес России. Одной из первых франчайзинговых сетей на рынке развития туристской франшизы в России стала турфирма «Магазин Горящих Путевок», появившаяся в 1998 г. на туристском рынке России. Фирма предлагала клиентам турпродукты по более низким ценам тех туроператоров, которые не смогли вовремя их реализовать. Реализация таких туров не только удовлетворяла потребности туристов приобрести их подешевле, но и способствовала увеличению загрузки средств размещения и самолетов.

⁴Рейтинг РБК: топ-50 самых востребованных франшиз в 2018 г. // Бизнес-консалтинг для предпринимателей и топ-менеджеров. URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5c8b81289a79475a95d91c6b>. (Дата обращения: 17.07.2019).

Сеть «Магазин Горящих Путевок» оказалась довольно удачной, хотя при ее создании ряд туроператоров и турагентств скептически оценивали данный проект. Свидетельством этому стало увеличение числа турагентств (к 2004 г. в сеть «Магазин Горящих Путевок» входило 186 турагентств, которые функционировали более чем в ста городах нашей страны), рост числа обслуженных потребителей (220 тыс. чел.), что привело в конечном итоге к увеличению оборота сети «Магазинов» (в 2004 г. он составлял более 130 млн. долл.)⁵.

«Магазин Горящих Путевок» предлагал клиентам туры по более низкой цене тех туристских операторов, которые они смогли в необходимые сроки реализовать их по установленной более высокой цене. Это был прекрасный маркетинговый ход, поскольку основная масса туристов хотела бы приобрести путевки на отдых за низкую стоимость. Однако в действительности дешевых туров там не было. В реальности, фирмы-франчайзи, входящие в сеть под брендом «Магазина Горящих Путевок», реализовывали туристам туры по завышенным ценам. В конечном итоге это привело к тому, что, раскрутив знаменитый бренд, франчайзер потерял контроль над сетью своих «деток». В результате при продаже материнской компании франчайзер не смог ее сбывать ни одному туроператору: знаменитый бренд и материнская фирма «Магазин Горящих Путевок» были проданы одному из своих же франчайзи по очень низкой цене.

Конкурентом «Магазина Горящих Путевок» в конце 1990-х гг. – начале 2000-х гг. стала франчайзинговая сеть «Куда.Ру». Таким образом, в начале 2000-х гг. в России функционировали 2 сетевые туристские системы – «Куда.ру» и «Магазин Горящих Путевок». В состав каждой сети входило около 100 фирм-франчайзи. К настоящему времени эти компании слились в одну крупную франчайзинговую сеть.

Каждая франшиза «Магазина Горящих Путевок» рассчитана на 700 тыс. жителей. Со временем число свободных франшиз у франчайзера «Магазин Горящих Путевок» закончилось. Но поскольку прибыль туроператору приносят созданные им турфирмы, необходимо было и дальше продавать франшизы. Поэтому теми же людьми, кто придумал «Магазин Горящих Путевок», впоследствии была организована сеть турагентств «Велл». Первое турагентство под данной маркой открылось в Москве в марте 2003 г.

Многопрофильная туристская фирма «Сеть агентств пляжного отдыха Велл» предоставляет своим клиентам полный комплекс туристских услуг. В настоящее время «Велл» – это динамично развивающаяся туристская франчайзинговая сеть. Она находится на стадии жизненного цикла «уверенный рост», постоянно прогрессирует и ежегодно увеличивает темпы своего развития. По состоянию на 2018 г. под маркой «Велл» работало более 220 туристских агентств в России и странах СНГ. За 15 лет работы в туристском бизнесе «Велл» открыла более 300 офисов⁶.

Чтобы привлечь других участников на туристский рынок, характеризующийся большим количеством игроков и высокой острой конкурентной борьбой, компания «Велл» установила более дешевую франшизу по сравнению с франшизой «Магазина Горящих Путевок» по двум параметрам – по первоначальным инвестициям и по роялти.

Среди участников рынка функционирует и «Интурист», который продает свой франшизу под старым советским брендом. Однако в силу того, что эта компания практически утратила свой имидж, наработанный в советское время, потенциальных франчайзи даже на туристском рынке России не очень много.

На конец 2017 г. число турфирм, функционирующих на рынке нашей страны в сфере

⁵Анализ современного состояния сферы туризма в Российской Федерации. URL: https://studwood.ru/1103160/turizm/analiz_sovremennogo_sostoyaniya_sfery_turizma_rossiyskoy_federatsii (Дата обращения: 17.07.2019)

⁶Сеть агентств «Велл» пляжного отдыха: Портал акций и каталогов магазинов в России. URL: <https://Mapix.ru/branches/vell/respublika...g-saransk/ul...43/>. (Дата обращения: 18.07.2019).

оказания туроператорских, турагентских и экскурсионных услуг, составило более 12 тыс., из них 7794 компании представляли турагентства⁷. В то же время туроператоры России не очень активно развивают свои розничные сети, которые они создают для роста реализации турпродуктов, сформированных материнской компанией. Это экономически не очень оправдано, в результате операторские сети не отличаются высокой динамичностью развития, занимают небольшой удельный вес на рынке, развиваются довольно медленно, либо совсем не развиваются. Одна из причин такой ситуации – игнорирование франчайзинга.

Тем не менее, в России в настоящее время франчайзинговые отношения в туристской индустрии активно развиваются. Примером может служить появление относительно недавно на рынке России еще одной сети турагентств – «Путевочка». Особенность этой франшизы в том, что франчайзи помещение для офиса выделяет магазин «Пятерочка», т. е. ему не надо искать для офиса место.

Вместе с тем следует отметить, что условия договора о покупке франшизы «Путевочки» для франчайзи представляют определенную опасность, так как он попадает в зависимость от франчайзера. Именно франчайзер определяет, что франчайзи должен:

- внести начальный взнос в сумме 15 тыс. долл. (для приобретения оборудования и офиса), который при выходе франчайзи из сети ему не возвращается;
- выплачивать в течение первых трех месяцев после приобретения франшизы роялти в размере 500 долларов в месяц;
- в последствии ежемесячно выплачивать франчайзеру 150 долл., а также 15 % от оборота франчайзи⁸.

Такие условия аналогичны тому, что франчайзи практически становится наемным

управляющим, который работает за определенные проценты.

Согласно рейтингу, проведенному журналом «Франчайзи», франшиза «Путевочки» находится на 6 месте в разделе «Туризм» каталога франшиз журнала, но при этом в магазине франшиз не представлена⁸.

Несмотря на достаточно большое число участников рынка франчайзинга в туризме в нашей стране, он пока недооценен и находится все еще на стадии формирования.

Существует огромное число российских и международных организаций, которые предлагают франшизы. Чтобы их каким-то образом систематизировать, различные рейтинговые компании (Forbes, РБК, БИБОСС и др.) составляют рейтинги, в основу которых составляют различные показатели. По версии moneymakerfactory.ru самым популярным франшизам 2018 г. относятся те, которые организовали наибольшее количество новых франчайзинговых предприятий в 2017 г. Этот рейтинг представлен в табл. 1.

Из данных табл. 1 следует, что среди семи ведущих франшиз только одна относится к сфере туризма. По версии moneymakerfactory.ru франшиза «Слетать.ру» заняла в 2017 г. 4 место, открыв за год 142 точки.

Сеть туристских агентств «Слетать.ру» также попала в рейтинг ТОП–100 лучших франшиз России на сентябрь 2018 г. по версии БИБОСС. Рейтинг БИБОСС рассчитывается на основе 27 показателей, включая состав франчайзингового пакета, эффективность работы отдела продаж методом «тайного покупателя» и юридической чистоты. В данном рейтинге компания «Слетать.ру», имеющая 579 предприятий, расположилась на 10 месте. Следует отметить, что в рейтинг БИБОСС попала еще одна компания, имеющая непосредственное отношение к туристской деятельности – на 40-м

⁷Чиновники подсчитали число турагентств, туроператоров и экскурсионных бюро в России и их сотрудников // Туристский портал. URL: <https://www.tourprom.ru/>. (Дата обращения: 19.07.2019).

⁸Путевочка: Журнал для франчайзи о франшизах. URL: <http://www.franchisee.su/catalog/putevochka>. (Дата обращения: 19.07.2019).

Таблица 1 – Самые востребованные франшизы в России 2018 г.⁹

№	Название	Направление	Кол-во открытых точек в 2017 г.
1	1С	IT-инструменты для предприятий	607
2	СДЭК	Экспресс-доставка документов и грузов по РФ и по миру	564
3	IQ007	Дополнительное образование	171
4	Слетать.ру	IT-инструменты для турагентств	142
5	Fast&Shine	Мобильная автомойка	123
6	Додо-Пицца	Пиццерия, доставка пиццы	119
7	White&Smile	Студия по отбеливанию зубов	99

Таблица 2 – Сравнение рейтинга франшиз¹⁰

Франшиза	moneymakerfactory.ru	FORBES	БИБОСС	РБК
1С	1	-	22	1
СДЭК	2	3 (до 1 млн руб.)	7	-
IQ007	3	1 (1-5 млн руб.)	35	-
Слетать.ру	4	5 (до 1 млн руб.)	10	-
Fast&Shine	5	4 (до 1 млн руб.)	25	-
Додо-Пицца	6	9 (от 5 млн руб.)	2	2
White&Smile	7	7 (до 1 млн руб.)	88	-

Преимуществом туристских франчайзинговых сетей является то, что они достаточно устойчивы к изменениям внешней среды, поскольку нет жесткой связи с конкретной страной отправки. Устойчивость франчайзинговых сетей проявляется и в условиях ухудшения экономической ситуации: турагентства стараются

месте находилась Федеральная сеть турагентств «РоссТур», которой принадлежит 735 предприятий¹⁰.

Сеть туристских агентств «Слетать.ру» также представлена в рейтинге 30 самых выгодных франшиз в России, проведенном Forbes. Среди франшиз, инвестиции в которые составляют до 1 млн. руб., сеть «Слетать.ру» заняла 5 место с годовой прибылью 1,5 млн. руб.¹¹.

Сеть туристских агентств «Слетать.ру» не попала в рейтинг 50 самых востребованных франшиз в 2018 г. по версии компании РБК.

Таким образом, одна и та же компания занимает разные места в рейтингах, проводимых разными организациями, о чем свидетельствуют данные табл. 2.

Таким образом, из франшиз, представленных в табл. 2 следует, что сеть «Слетать.ру» по разным рейтингам занимает разное место, но при этом в большинстве случаев находится в числе лидеров.

войти в сеть под крыло раскрученной компании, чтобы выжить. Если же экономическая обстановка улучшается, то франчайзер будет стремиться создавать новые турагентства.

Туроператоры, в общем, предлагают своим клиентам достаточно стандартизированный набор туристских продуктов. При

⁹ Топ 7 самых популярных франшиз 2018 для малого бизнеса // Портал о малом бизнесе в России. URL: <https://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/top-7-franshiz-2018/>. (Дата обращения: 17.07.2019).

¹⁰ Рейтинг франшиз на сентябрь 2018 г. // Интернет-сообщество предпринимателей России. URL: <https://www.beboss.ru/rating/09-2018>. (Дата обращения: 17.07.2019).

¹¹ 30 самых выгодных франшиз в России, 2018 г. Рейтинг франшиз: Официальный сайт журнала «Forbes». URL: <https://www.forbes.ru>. (Дата обращения: 17.07.2019).

появлении инновационных направлений в туризме, франчайзеры могут создать новую франчайзинговую систему, состоящую из сети турагентств, реализующих туры новым направлениям. Таким образом, франчайзинг в туризме становится рынком продавца.

В настоящее время рынок туроператоров наполнен. Цены у всех туроператоров практически одинаковы (отличие составляет 5–10%). Секретов среди туроператоров практически нет, они предоставляют скидки всем

турагентам. При возрастании конкуренции продажа франшизы для действующих турагентств способствует росту их привлекательности, повышению имиджа.

Предприниматели, стремящиеся создать свой бизнес на основе франчайзинга, должны внимательно изучать особенности и условия предоставления франшизы теми или иными франчайзерами. Данные сведения по ведущим в России франчайзерам в сфере туризма представлены в табл. 3.

Таблица 3 – Основные показатели ведущих франшиз в туризме России^{8,12}

Франчайзер	Паушальный взнос	Роялти	Особенности
«География»	Нет в 2018 г.	Нет в 2018 г.	Обязательные нормативы по продажам
TUI	60 тыс. руб. Возможны скидки	Нет при выполнении плана продаж	Крупнейший туроператор Европы. План продаж с 3-го месяца
«Пегас Туристик»	Нет	15 тыс. руб.	Обязательно наличие специалистов со стажем в туризме более 2-х лет
TEZTOUR	Индивидуально от 25 тыс. руб.	1 % от оборота	Долгий срок окупаемости, фиксированная стоимость турпродуктов
CoralTravel	12 – 36 тыс. руб.	До 18 тыс. руб.	Разные франчайзинговые пакеты, ежегодная аттестация сотрудников
«Магазин горящих путевок»	Нет	3 – 5 тыс. руб.	Хорошее позиционирование в нише горящих туров
«1001 тур»	20 тыс. руб.	От 6 тыс. руб.	Доход сильно зависит от сезонности
«Слетать.ру»	30 тыс. руб.	10 – 25 тыс. руб.	Помощь в подборе персонала, высокие начальные расходы
«РоссТур»	Нет	Нет	Возможность открытия агентства без практического опыта (после обучения)
«Велл»	24 – 36 тыс. руб.	2 – 15 тыс. руб.	Предоставляется готовый бизнес-план и стратегия развития, помощь в подборе сотрудников
«Путевочка»	Нет	500 USD в месяц (первые 3 мес.), а потом ежемесячно 150 USD +15% от оборота	Не нужно подбирать место для офиса – он будет размещаться в магазине «Пятерочка»

Из табл. 3 можно сделать вывод, что на франчайзинговом рынке России в сфере туризма действует достаточно большое число франчайзинговых систем, отличающихся условиями предоставления франшизы.

Деятельность ведущих российских турфирмы инициативно поддерживают органы государственного регулирования туристской сферы. Цель, которую преследуют государственные органы, заключается в

¹²Топовые держатели франшиз в туризме: Портал для бизнесменов. URL: <https://www.business.ru/article/1043-vybi-raem-franshizu-turagentstva-kak-gde-skolko-stoit>. (Дата обращения: 17.07.2019).

разработке и реализации эффективной скоординированной политики в туризме. Данный тренд негативно влияет на деятельность малых и средних туристских фирм, так как они практически не могут в одиночку успешно функционировать, становясь «жертвой» конкурентной борьбы с крупными фирмами. Однако, с другой стороны, это становится залогом быстрого роста числа туристских агентских сетей на туристском рынке нашей страны. При этом, как было показано выше, подобные туристские альянсы выгодны и туроператорам, и турагентам.

Развитие франчайзинга в туристской отрасли России наталкивается на целый ряд проблем, затрудняющих, а порой и замедляющих, его поступательное движение. Все проблемы, препятствующие развитию франчайзинга, объединим в 4 группы:

1. Юридические проблемы.

Несмотря на то, что франчайзинг – это экономический инструмент взаимодействия участников рынка, в России сдерживание его развития связано, прежде всего, с несовершенством законодательной базы. Главная из проблем в правовой сфере – отсутствие собственного закона «О франчайзинге».

Несовершенство законодательной базы не способствует процессу эффективного регулирования взаимоотношений между франчайзером и франчайзополучателем на юридическом уровне. Франчайзинг в нашей стране на законодательном уровне регулирует всего-навсего один документ – 54 глава Гражданского кодекса Российской Федерации «Коммерческая концессия». В соответствии с этой главой существует субсидиарная ответственность франчайзера и франчайзи по отношению к третьим лицам. Вместе с тем нести ответственность за ущерб третьим лицам, причиненный кем-либо из участников франчайзингового договора, другой стороне ни экономически, ни репутационно не целесообразно. Другая проблема в этой сфере – отсутствие возможности франчайзеру выступать гарантом прибыльности впервые создаваемого

предприятия.

2. Экономические проблемы.

Внедрение франчайзинга в экономическую жизнь предполагает создание необходимых экономических условий, которые в нашей стране либо еще не сформировались, либо находятся в зачаточном состоянии.

К числу экономических проблем относятся:

- функционирование франчайзинговых сетей возможно в условиях стабильности, прогнозируемости и предсказуемости развития экономики страны;

- отсутствие у многих потенциальных франчайзи нужного первоначального капитала для вступления во франчайзинговую сеть;

- трудности в получении заемных средств для формирования стартового капитала вследствие нежелания финансовых организаций финансировать начальный бизнес;

- относительно низкий уровень развития международного бизнеса.

3. Проблемы социально-психологического характера.

Эти проблемы связаны с тем, что у российских предпринимателей утерян дух предпринимательства, присущий им до революции 1917 г., за годы функционирования командно-административной системы хозяйствования. За это время сформировался другой менталитет, до сих пор носящий советский характер. Он проявляется в следующем:

- недостаток опыта хозяйствования в рыночных условиях;

- отсутствие необходимого уважения к чужой интеллектуальной собственности;

- опасение франчайзополучателя потери самостоятельности в своей деятельности и своего «лица» как предпринимателя и руководителя.

4. Организационные проблемы.

К их числу можно отнести:

- отсутствие практики деятельности по франчайзинговой схеме;

- низкий уровень подготовки руководителей туристских компаний сфере

франчайзинга;

– отсутствие системы подготовки и переподготовки кадров предпринимателей в области франчайзинга. Данная система должна состоять не менее чем из двух компонентов: во-первых, элемент, направленный на пропаганду франчайзинга и, во-вторых, элемент, обеспечивающий целенаправленное консультирование участников франчайзинговых сетей по конкретным экономическим проблемам франчайзинга в туристских дестинациях.

Заключение. В заключение отметим, что надобность в организации франчайзинговых сетей в туристской индустрии России в настоящее время достаточно велика. Это обусловлено тем, что решить одинаковые проблемы, стоящие перед руководителями малых и средних туристских предприятий, в одиночку в условиях жесткой конкурентной борьбы практически очень сложно. В связи с этим жизненно важный для них выход состоит в формировании новых и развитии действующих франчайзинговых сетей, участие в которых позволит выдержать конкурентную борьбу, сложившуюся на туристском рынке России.

Франчайзинг является хорошей площадкой при организации собственного бизнеса для большинства предпринимателей, начинающих свое дело. Покупая готовый бизнес, франчайзи в значительной мере снижает свой предпринимательский риск, поскольку он использует бизнес-процессы, завоевавшие определенную рыночную нишу и опробованные рынком бизнес-технологии. Франчайзи, покупая готовое дело, гарантирует для себя определенную устойчивость на рынке, а также

возможность планировать прибыль на достаточно длительную перспективу. Однако франчайзинг одновременно налагает на партнёров по бизнесу выполнение определенных правил. Франчайзинг, как форма развития и управления бизнесом, является весьма перспективной для большого количества турагентств. Являясь участником франчайзинговой сети, туристское агентство получает определенные преимущества, которые ему предоставляет франчайзинговый договор. При этом турагентство освобождается от значительной части проблем в своей деятельности, перекладывая их на франчайзера.

Несмотря на то, что опыт функционирования франчайзинговых сетей в сфере туризма в России не большой (менее 30 лет), однако примеры деятельности существующих туристских сетей свидетельствует, что они достаточно жизнеспособны, могут развиваться в сложных социально-экономических условиях страны и способствуют туристским предприятиям снижать издержки и повышать свою роль на туристском рынке.

В России с каждым годом растет число предприятий в туристской сфере, которые входят во франчайзинговые системы. Поэтому можно утверждать, что для дальнейшего развития франчайзингового туристского бизнеса в России имеются необходимые условия. Вместе с тем принципы функционирования франчайзинговых систем в туристской индустрии России разнообразны и очень часто отношения между членами франчайзинговых сетей складываются путем игнорирования принципов «классического» франчайзинга.

Список источников

1. **Алиев О. М.** Анализ развития франчайзинга в зарубежных странах // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 9. С. 143 – 147.
2. **Егорова Е. Н., Лантух Е. О.** Франчайзинг как метод управления предприятиями индустрии туризма // Курорты. Сервис. Туризм. 2013. № 2-4 (1921). С. 19 – 23.
3. **Колиниченко М. В.** Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития сферы услуг // Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 3. С. 70 – 75.
4. **Коновалова Е. Е., Силаева А. А.** Развитие франчайзинга в сфере // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 7 (45). С. 79 – 89.

5. **Кузнецов В. И., Землянская Н. А.** Франчайзинг как механизм формирования стратегии развития туризма в современной России // *Международный студенческий научный вестник*. 2016. № 2. С. 180.
6. **Ледов Д. Г.** Франчайзинг как способ ведения бизнеса в туристской области // *Современные научные исследования и инновации*. 2016. №3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/03/64568> (Дата обращения: 17.07.2019).
7. **Любимова Л. А., Плотникова Е. В.** Проблемы и перспективы развития франчайзинга в туристской индустрии // *Социально-экономические явления и процессы*. 2009. № 4 (016). С. 95 – 98.
8. **Пекова А. Л., Ерохин С. Г.** Развитие франчайзинга как фактор поддержки малого бизнеса в современных условиях // *Молодой ученый*. 2017. № 8. С. 186 – 189.
9. **Altinay L., Brookes M., Aktas G.** Selecting franchise partners: Tourism franchisee approaches, processes and criteria // *Tourism Management*. 2013. Iss. 37. Pp. 176-185.
10. **Choi K., Ho Kang K., Lee S., Lee K.** Impact of brand diversification on firm performance: A study of restaurant firms // *Tourism Economics*. 2011. 17(4). Pp. 885-903.
11. **Confalonieri M.** An 'atypical' voluntary hotel chain: The Le Mat project // *Tourism Management Perspectives*. 2014. Iss. 9. Pp. 1-4.
12. **Czakon W.** Business format franchise in regional tourism development // *Anatolia*. 2012. Iss. 23(1). Pp. 107-117.
13. **Moon J., Sharma A.** Franchising effects on the lodging industry: Optimal franchising proportion in terms of profitability and intangible value // *Tourism Economics*. 2014. Iss. 20(5). Pp. 1027-1045.
14. **Puciato D., łoś A., Mrozowicz K.** Franchising as a way of reducing moral hazard in the tourism market // *Argumenta Oeconomica*. 2013. Iss. 30(1). Pp. 127-147.
15. **Sayabaev K., Nurgaliyeva Z., Temirova A., Shamuratova N., Zhansagimova A.** Finance, franchise and their impact on tourism // *Journal of Internet Banking and Commerce*. 2016. Iss. 21(3). Pp.229.
16. **Yeung R.M.W., Brookes M., Altinay L.** The hospitality franchise purchase decision making process // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2016. Iss. 28(5). Pp. 1009-1025.

References

1. **Aliev, O. M.** (2017). Analiz razvitija franchajzinga v zarubezhnyh stranah [Analysis of the development of franchising in foreign countries]. *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij [International Journal of Applied and Fundamental Research]*, 9, 143-147. (in Russ.).
2. **Egorova, E. N., & Lantukh, E. O.** (2013). Franchajzing kak metod upravlenija predpriyatijami industrii turizma [Franchising as a method of managing enterprises in the tourism industry]. *Kurorty. Servis. Turizm [Resorts. Service. Tourism]*, 2-4 (1921), 19 - 23. (in Russ.).
3. **Kolinichenko, M. V.** (2011). Franchajzing kak effektivnaja forma innovacionnogo razvitija sfery uslug [Franchising as an effective form of innovative development of the service sector]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 3, 70 - 75. (in Russ.).
4. **Konovalova, E. E., & Silaeva, A. A.** (2013). Razvitie franchajzinga v sfere [Development of franchising in the field of tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 7 (45), 79 - 89. (in Russ.).
5. **Kuznetsov, V. I., & Zemlyanskaya, N. A.** (2016). Franchajzing kak mehanizm formirovanija strategii razvitija turizma v sovremennoj Rossii [Franchising as a mechanism for the formation of a tourism development strategy in modern Russia]. *Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik [International Student Scientific Bulletin]*, 2, 180. (in Russ.).

6. **Ledov, D. G.** (2016). Franchajzing kak sposob vedenija biznesa v turistskoj oblasti [Franchising as a way of doing business in the tourist field]. *Sovremennye nauchnye issledovanija i innovacii [Modern Research and Innovation]*, 3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/03/64568> (Assessed on: 07.12.2019). (in Russ.).
7. **Lyubimova, L. A., & Plotnikova, E. V.** (2009). Problemy i perspektivy razvitija franchajzinga v turistskoj industrii [Problems and prospects for the development of franchising in the tourism industry]. *Social'no-ekonomicheskie yavlenija i processy [Socio-economic phenomena and processes]*, 4 (016), 95 - 98. (in Russ.).
8. **Pekova, A. L., & Erokhin, S. G.** (2017). Razvitie franchajzinga kak faktor podderzhki malogo biznesa v sovremennyh uslovijah [The development of franchising as a factor in supporting small businesses in modern conditions]. *Molodoj uchenyj [Young scientist]*, 8, 186 - 189. (in Russ.).
9. **Altinay, L., Brookes, M., & Aktas, G.** (2013). Selecting franchise partners: Tourism franchisee approaches, processes and criteria. *Tourism Management*, 37, 176-185.
10. **Choi, K., Ho Kang, K., Lee, S., Lee, K.** (2011). Impact of brand diversification on firm performance: A study of restaurant firms. *Tourism Economics*, 17 (4), 885-903.
11. **Confalonieri, M.** (2014). An 'atypical' voluntary hotel chain: The Le Mat project. *Tourism Management Perspectives*, 9, 1-4.
12. **Czakon, W.** (2012). Business format franchise in regional tourism development. *Anatolia*, 23(1), 107-117.
13. **Moon, J., & Sharma, A.** (2014). Franchising effects on the lodging industry: Optimal franchising proportion in terms of profitability and intangible value. *Tourism Economics*, 20 (5), 1027-1045.
14. **Puciato, D., Łoś, A., & Mrozowicz, K.** (2013). Franchising as a way of reducing moral hazard in the tourism market. *Argumenta Oeconomica*, 30 (1), 127-147.
15. **Sayabaev, K., Nurgaliyeva, Z., Temirova, A., Shamuratova, N., & Zhansagimova, A.** (2016). Finance, franchise and their impact on tourism. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(3), 229.
16. **Yeung, R. M. W., Brookes, M., & Altinay, L.** (2016). The hospitality franchise purchase decision making process. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(5), 1009-1025.

ДОЛГАЛЕВА Лариса Михайловна

*Дальневосточный федеральный университет (Владивосток, Приморский край, РФ)
кандидат биологических наук, доцент; dolgaleva.lm@dvfu.ru*

ШУМАКОВА Елена Викторовна

*Дальневосточный федеральный университет (Владивосток, Приморский край, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; shumakova.ev@dvfu.ru*

СЕРГЕЕВА Евгения Кирилловна

*Дальневосточный федеральный университет (Владивосток, Приморский край, РФ)
магистр; sergeeva.ek@students.dvfu.ru*

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛООСВОЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ))

В статье рассматриваются эколого-экономические подходы оценки туристско-рекреационного потенциала на основе как природных, так и экономических индикаторов. Авторами выбрана малонаселенная природная дестинация – Республика Саха как наиболее перспективная для устойчивого развития туризма. Определив особенности туристско-рекреационных ресурсов в Республике Саха (Якутия), была разработана структура туристско-рекреационного потенциала для устойчивого развития, идентифицирован уровень реализации развития инвестиционного климата туристского района. Оценка ресурсов устойчивого развития туризма по блокам ресурсов туризма получена с разработанной формулы.

Ключевые слова: *эколого-экономические подходы, оценка, туристско-рекреационный потенциал, устойчивое развитие, Республика Саха (Якутия), индикаторы.*

Для цитирования: Долгалева Л.М., Шумакова Е.В., Сергеева Е.К. Эколого-экономические подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала для устойчивого развития малоосвоенных территорий (на примере Республики Саха (Якутия)) // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 57-68. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10405.

Дата поступления в редакцию: 27 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 19 ноября 2020 г.

UDC 338.48

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10405

Larisa M. DOLGALEVA

*Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)
PhD in Biology, Assistant Professor; e-mail: dolgalyevalm@mail.ru*

Elena V. SHUMAKOVA

*Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)
PhD in Economical, Assistant Professor; e-mail: shumakova.ev@dvfu.ru*

Evgeniya K. SERGEEVA

*Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)
Master; e-mail: sergeeva.ek@students.dvfu.ru*

ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC APPROACHES TO ASSESSING THE TOURISM AND RECREATIONAL POTENTIAL FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UNDERDEVELOPED AREAS (THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA))

Abstract. *The article discusses environmental-economic approaches to the assessment of tourism and recreational potential on the basis of both natural and economic indicators. The authors chose a sparsely populated natural region, the Sakha Republic, as the most promising for the sustainable development of tourism. Having identified in particular tourist and recreational resources in the Sakha Republic (Yakutia), a structure of tourist and recreational potential for sustainable development is developed, and the level of realization of the investment climate of the tourist area is identified. The assessment of sustainable tourism resources by tourism resource blocks is based on the developed formula.*

Keywords: *environmental-economic approaches, valuation, tourism and recreational potential, sustainable development, Republic of Sakha (Yakutia), indicators.*

Citation: Dolgaleva, L. M., Shumakova, E. V., & Sergeeva, E. K. (2020). Environmental and economic approaches to assessing the tourism and recreational potential for the sustainable development of underdeveloped areas (The Republic of Sakha (Yakutia). *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 57-68. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10405.

Article History

Received 27 October 2020
Accepted 19 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Существующие подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала (ТРП) территории положенные в 60-е гг. XX в. советской школой рекреационной географии, не соответствуют требованиям современности. Большой частью это связано с необходимостью оценивать как экологический, так и экономический потенциал в рамках устойчивого сочетания экологического и экономического интересов территории. С другой стороны, развитие туризма на территориях малого освоения, где преобладает низкая плотность населения, традиционный уклад и слабо развитая инфраструктура, является первоочередной задачей государства, заинтересованного в сохранении обширных пространств.

Существующие инструменты оценки не позволяют выявить индикаторы устойчивости туризм и требуют дальнейших исследований. Переход к устойчивому развитию делает необходимым включение экологического фактора в систему основных социально-экономических показателей. В предложенной работе проведена попытка применения новых индикаторов и методик для оценки туристско-рекреационной территории.

Обзор существующих исследований

Методики оценки ТРП большей частью, ориентированы на балльную оценку территориальных рекреаций, хотя встречаются сугубо экономические оценки туристско-рекреационного потенциала [1-4] и др. или только экологические. Такой узкий подход не дает комплексного подхода к устойчивости территории, возможности объективно определить инвестиционную привлекательность территории.

Фундамент в этой области, заложенный работами [5-10] и др. позволяет применить комплексный подход, но не позволяет выбрать индикаторы устойчивого развития в силу исторических и природных причин.

Преобладающий до сего времени компонентно-отраслевой подход (анализ соответствия местности) выделяет три типа оценки: медико-биологический (комфортность), отраженные в работах [11-15] психолого-

эстетический (эмоциональное воздействие) – в работах К. И. Эрингиса, А. Р-А. Бударюнаса и др. [16], М.Ю. Фроловой [17], В.И. Преловского [18], О.В. Калашниковой [19] и технологический – технологии использования потенциала. [20, 21]. Также авторами Ю.А. Ведениным и Н.Н. Мирошниченко [7] была предложена методика комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территории, дополненная Б.Н. Лихановым, Н.М. Ступиной (1975), Л.И. Мухиной и др. (1974), В.Б. Нефедовой и др. (1973).

Положенные в основу методики экологические индикаторы (продолжительность благоприятных температурных характеристик; продолжительность солнечного дня; температура вод морей; относительная влажность воздуха; рельеф; снежный покров; растительность и другие, разделенные на зимние и летние, не учитывали социально-экономические условия и ресурсы. Такую попытку сделали Ю.А. Худеньких [23], он применил показатели природные, историко-культурные и социально-экономические на базе величины и степени привлекательности рекреации местности, по которым рассчитывалась балльная оценка территории. Оценочную методику применили и П.С. Ширинкин и А.С. Пахомова [24], включив в индикаторы транспортную доступность; комплексность и плотность турресурсов; сервис, туроперейтинг и перспективность территории.

М.А. Саранча [25], применил метод ГИС-анализ территории с 103 оценочными факторами (всего показателя) Разработанный алгоритм геоинформационной оценки территории с использованием системы «операционных территориальных единиц» (ОТЕ). А.В. Дроздов [26] предложил методику оценки для ООПТ, что вполне подходит для оценки природного потенциала малоосвоенных территорий, но в ней отсутствует социально-экономическая компонента.

Предложенный алгоритм оценок комплексного рекреационного потенциала территории, его составных частей (природной, медико-биологической, психолого-эстетической, технологической и др.), В.А. Рубцовым и С.А.

Шабалиной [27] сложен в применении и не отвечает целям устойчивого развития.

Существующие отдельные методы оценки туристских ресурсов применимы к конкретным видам ресурсов развития туризма.

В работе использована основа методики Е.О. Ушаковой – оценка ресурсов развития туризма региона [28]. Однако, данная методика не предусматривает оценку потенциала региона с точки зрения устойчивого развития туризма. Авторская новизна состоит в предлагаемом наборе параметров и критериев оценки, которые учитывают свойства ресурсов согласно концепции устойчивого развития. Составлен перечень критериев и параметров оценки для 5 блоков ресурсов устойчивого развития туризма. Автором так же были предложены этапы проведения оценки ресурсов, которые в совокупности составляют туристско-рекреационный потенциал региона, который создает благоприятные условия для устойчивого развития туризма.

Однако перечень этих показателей не является исчерпывающим или универсальным. Таким образом, система индикаторов устойчивого развития не имеет общей методики применения и состава используемых индикаторов. В свою очередь, для эффективной оценки

устойчивого развития туризма в Якутии, необходим глубокий анализ социальных, демографических, географических, экологических, экономических, природно-ресурсных, культурно-исторических показателей развития региона для определения потенциальных точек роста и развития. Следует отметить также, что кроме экономического, экологического, социального и культурно-исторического блока, целесообразно включить блок удовлетворения качеством оказанных услуг. Так как помимо популяризации существующего туристического ресурса, необходимо привлечение к работе квалифицированных сотрудников.

Особенности туристско-рекреационных ресурсов Республики Саха (Якутия)

Республика по своим природным условиям, сочетающим арктические и субарктические экосистемы, не имеет аналогов в России. Она является мировым резерватом первозданной природы – на ее долю приходится свыше 30% нетронутой хозяйственной деятельностью природы России или более 10% не вовлеченной в активный хозяйственный процесс природы всего мира, 29,8% ее площади занимают особо охраняемые природные территории. Туристско-рекреационный потенциал Якутии представлен на рис. 1.

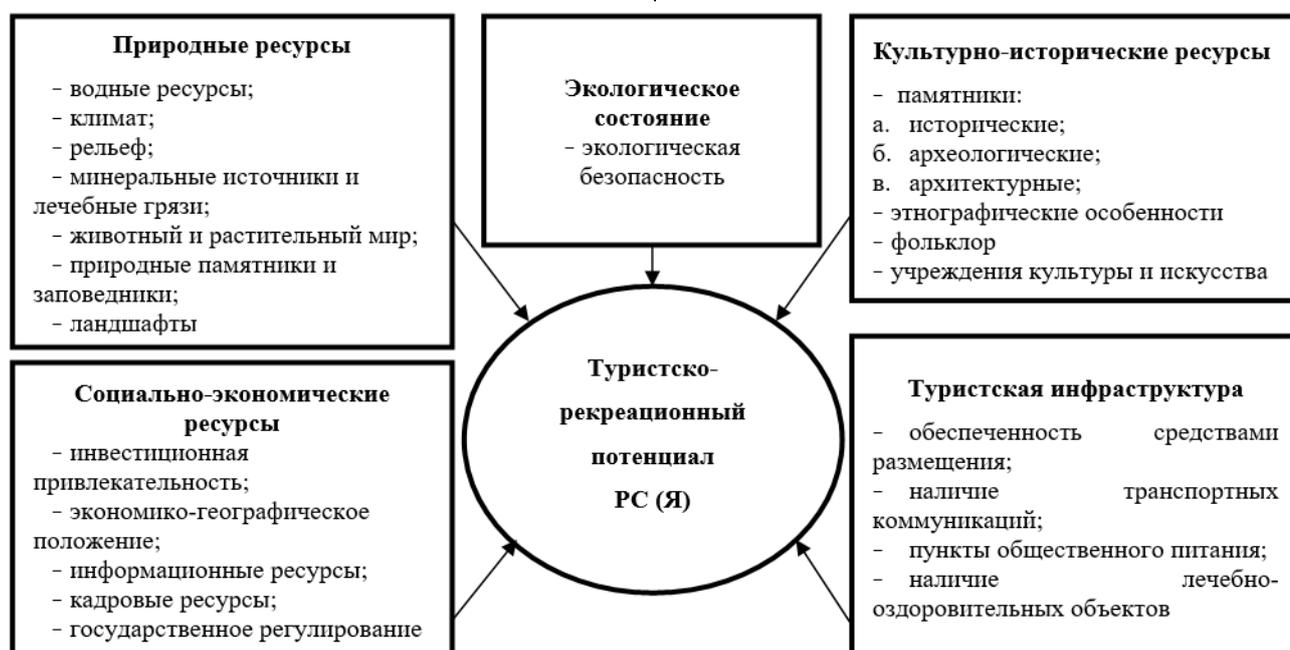


Рис. 1 – Структура туристско-рекреационного потенциала Республики Саха (Якутия)

Система особо охраняемых природных территорий (ООПТ) включает в себя 3 территории федерального, 125 республиканского и 98 местного значения (табл. 1). Признанием

мировой значимости уникальной природы республики стало присвоение статуса объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО природному парку «Ленские столбы».

Таблица 1 – Общая характеристика системы ООПТ Республики Саха (Якутия)¹

Статус	Категории	Количество	Площадь, га
Федеральный	Заповедники	2	2280100
	Ботанические сады	1	540
Всего		3	2280640
Региональный	Природные парки	6	7874072,22
	Ресурсные резерваты	74	54097226
	Государственный природный заказник	1	2135024
	Охраняемые ландшафты	1	1045
	Уникальные озера	26	87852
	Памятники природы	17	531221
Всего		125	64726440,22
Местный	Ресурсные резерваты	39	20724455,9
	Зоны покоя	16	2204002,4
	Памятники природы	32	508755,2
	Сохраняемые ландшафты	1	349500
	Ландшафтно-этнографические парки	1	140
	Детские экологические парки	3	29150
	Уникальные озера	1	1087
	Всего		93
ИТОГО		221	90824170,72

Сохранению ландшафтного и видового разнообразия способствует развитая система особо охраняемых природных территорий – Ытык Кэрэ Сирдэр. Ее общая площадь увеличилась с 909,2 тыс. кв. км (в 2006 г.) до 1144,9 тыс. кв. км (в 2017 г.) км или 37,1% территории республики (рис. 2).



Рис. 2 – Удельный вес ООПТ на территории Республики Саха (Якутия) по площадям¹

В районах деятельности пунктов и наблюдений мониторинга экологического состояния Республики, за 2012-2018г. случаев экстремально высокого и высокого предела допустимой концентрации загрязнения атмосферного воздуха и воды не наблюдалось.

Богатая и самобытная культура Якутии по праву является общенациональным достоянием России. На территории Якутии проживают представители более 100 национальностей, действует более 30 национально-культурных объединений, которые активно сотрудничают между собой, имеют устойчивые культурные и творческие контакты. Героический эпос Олонхо признан шедевром устного и нематериального культурного наследия человечества. В Республике Саха (Якутия) расположено 1826 объектов культурного наследия (табл. 2).

¹ Официальный сайт Министерства охраны природы Республики Саха (Якутия). URL: old.sakha.gov.ru/node/4332 (дата обращения: 17.10.2020)

Таблица 2 – Характеристика объектов культурного наследия Респ. Саха (Якутия)²

Статус	Категория	Кол-во, ед.
Федеральный	Объекты археологического значения	126
	Объекты культурного наследия (архитектуры, истории и культуры)	8
Всего		134
Региональный	Объекты культурного наследия	435
Местный		241
Без статуса	Выявленные объекты культурного наследия (архитектуры, истории и культуры)	10
	Объекты археологического значения	1006
Всего		1016
ИТОГО		1826



Рис. 3 – Уровень реализации развития инвестиционного климата в РС (Я) за 2017 г.

Основополагающими факторами в развитии индустрии туризма являются социально-экономические условия, развитие туристской инфраструктуры, в частности, инвестиционная привлекательность. Показатели результатов Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в регионе за период 2016-2017г. приведены на рис. 3.

Развитие инвестиционного климата, благоприятного для реализации туристской отрасли в регионе, имеет положительную динамику, его уровень оценивается выше 50-70%.

Развитие туристской инфраструктуры – важный экономический показатель туристско-рекреационной привлекательности территории, важнейшей из которых являются средства временного размещения туристов.

По данным Сахастата³, в период 2012-2017 гг. отмечена положительная динамика числа коллективных средств размещения в регионе (рис. 4).

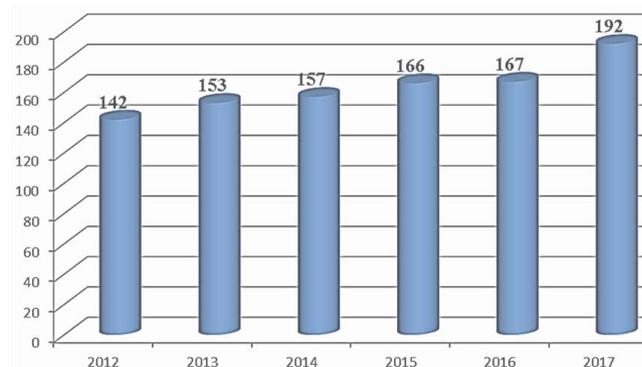


Рис. 4 – Динамика количества коллективных средств размещения по Респ. Саха (Якутия) за период 2012-2017 гг.³

По данным Росстата на 2017 г. в Якутии насчитывалось 192 коллективных средств размещения, 5206 мест. При этом средства размещения гостиничного типа составили 165 ед. с общей вместимостью 3416 чел., а специализированные средства размещения – 27 ед. с вместимостью – 1790 чел.³

² Официальный сайт Министерства культуры и искусства РС(Я). URL: <https://minkult.sakha.gov.ru/> (дата обращения: 17.10.2020)

³ Официальный сайт федеральной службы государственной статистики по РС(Я). URL: http://sakha.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sakha/ru/ (дата обращения: 19.10.2020)

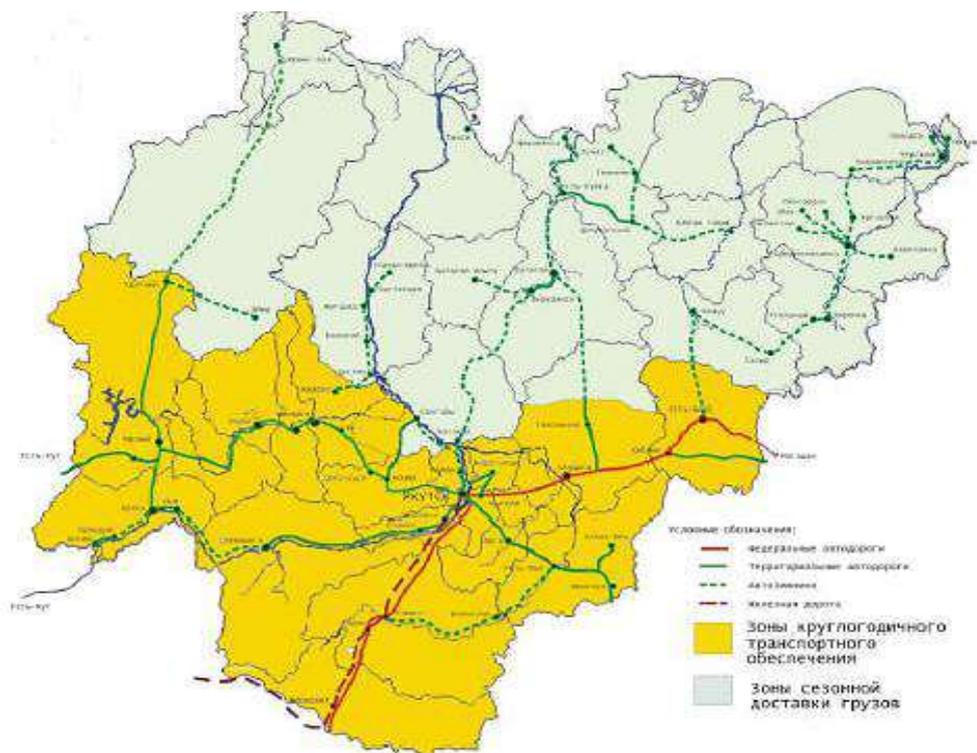


Рис. 5 – Карта дорог Республики Саха (Якутия)⁴

Особенностью уровня развития транспортной сети является преобладание грунтовых дорог, большей частью пролегающих по участкам многолетней мерзлоты (рис. 5).

Отставание в развитии транспортных коммуникаций является главным фактором, сдерживающим развитие туризма. Основная часть внутренней дорожной сети республики не имеет выхода на федеральные трассы. Несмотря на утвержденную Транспортную стратегию Республики Саха (Якутия) до 2025 года, до сих пор отсутствует устойчивое транспортное сообщение между некоторыми населенными пунктами [32].

Оценка туристско-рекреационного потенциала устойчивого развития туризма в Республике Саха (Якутия)

Система индикаторов устойчивого развития для оценки результатов реализации проектов в сфере туризма и деятельности исполнительных органов власти по устойчивому

развитию туризма, включает различные количественные и качественные показатели. Основными индикаторами оценки устойчивого развития туризма в Республике Саха (Якутия) являются:

- 1) количество особо экономических зон туристско-рекреационного типа, туристско-рекреационных кластеров на территории РС(Я);
- 2) объем финансирования программ развития регионального туризма;
- 3) объем инвестиций в туризм по программе развития туризма;
- 4) наличие туристско-информационного центра;
- 5) количество туристов, обслуженных в коллективных средствах размещения;
- 6) количество образовательных учреждений в республике по подготовке специалистов в сфере туризма и гостеприимства;
- 7) количество занятых в туризме к общему числу занятых в экономике;

⁴ Официальный сайт Министерства транспорта и дорожного хозяйства Республики Саха (Якутия). URL: <http://old.sakha.gov.ru/en/mintrans/> (дата обращения: 16.10.2020)

8) количество мест в коллективных средствах размещения;

9) количество туристов на единицу площади региона;

10) площадь особо охраняемых природных территорий.

Основным критерием отбора индикаторов, прежде всего, являлась доступность статистических и аналитических данных по каждому количественному и качественному показателю. Наличие системы требуемой статистики позволяет измерить отобранные индикаторы и привести к единому знаменателю для дальнейшей оценки устойчивого развития туризма в Республике Саха (Якутия).

Критериальная база оценки ресурсов формировалась экспертным методом. Автомами сформировано 5 блоков параметров оценки, которые включают 28 наиболее значимых параметра. Оценка значимости критериев для экспертов велась по 5-балльной шкале, были определены средние значения и весовые коэффициенты для оценки показателя каждого блока ресурсов (табл. 3). Нормирование показателей осуществлялось через шкалу благоприятности условий для устойчивого развития туризма, определяемых наличием тех или иных ресурсов в регионе.

Оценка ресурсов устойчивого развития туризма РС(Я) по блокам ресурсов туризма получена с использованием следующей формулы:

$$Q = \sum_{i=1}^n \frac{pl}{n}$$

где: Q – оценка качества блока ресурса, P – средняя оценка ресурса по соответствующему критерию каждого блока ресурсов, l – весовой коэффициент критерия оценки ресурса, n – количество блоков ресурсов.

1) блоки ресурсов с высоким качеством для устойчивого развития туризма ($Q \geq 86$);

2) блоки ресурсов со значением качества выше среднего ($0,85 \geq Q \geq 0,66$);

3) блоки ресурсов со средним значением качества ($0,66 \geq Q \geq 0,51$);

4) блоки ресурсов со значением качества ниже среднего ($0,50 \geq Q \geq 0,36$);

Таблица 3 – Весомость параметров оценки по блокам ресурсов

Параметры оценки	Среднее значение	Весовой коэффициент
Природно-рекреационные ресурсы		
Биоразнообразие	4,8	0,11
Доступность	2,8	0,06
Сохранность	3,6	0,08
Уникальность	5	0,12
Восстановление	3,4	0,08
Аттрактивность	4,4	0,10
Рекреационная ценность	4,4	0,10
Истощаемость	4,2	0,10
Степень туристского освоения	2,6	0,06
Особо охраняемые природные территории	4,8	0,11
Туристская нагрузка	3,2	0,07
Культурно-исторические ресурсы		
Историческая и культурная ценность	5	0,23
Насыщенность объектами	4,2	0,19
Аттрактивность	3,8	0,17
Состояние объектов	3,6	0,16
Степень туристского освоения	2,4	0,11
Туристская нагрузка	3	0,14
Экологическое состояние		
Степень экологической безопасности	4	0,48
Уровень регионального экологического мониторинга	4,4	0,52
Туристская инфраструктура		
Обеспеченность средствами размещения	2,8	0,25
Обеспеченность пунктами общественного питания	3,6	0,32
Обеспеченность лечебно-оздоровительными объектами	3	0,26
Наличие транспортных коммуникаций	2	0,18
Социально-экономические ресурсы		
Инвестиционная привлекательность	3,4	0,21
Кадровые ресурсы	3,4	0,21
Информационные ресурсы (продвижение национального турпродукта)	3,2	0,20
Материальные ресурсы	2,4	0,15
Государственное регулирование	4	0,25

Таблица 4 – Показатели оценок блока ресурсов устойчивого развития туризма в РС (Я)

Блок ресурсов	Показатели оценки	Потенциал для устойчивого развития туризма
Природно-рекреационные ресурсы	0,82	Выше среднего
Культурно-исторические ресурсы	0,77	Выше среднего
Экологическое состояние	0,80	Выше среднего
Туристская инфраструктура	0,6	Средний
Социально-экономические ресурсы	0,68	Выше среднего

5) блоки ресурсов с низким значением качества ($0,35 \geq Q \geq 0,21$);

6) блоки ресурсов с крайне низким значением качества ($0,20 \geq Q \geq 0,06$).

По результатам оценки туристско-рекреационного потенциала исследуемого региона, были выявлены ресурсы, обладающие наиболее высокими качествами, которые создают благоприятные условия для устойчивого развития туризма в Республике Саха (Якутия). А также определены ресурсы с низкими качествами и

свойствами, которые отрицательно влияют на эффективную туристскую деятельность в регионе по устойчивому развитию. Расчетные показатели ресурсов устойчивого развития туризма в РС (Я) приведены в табл. 4.

Результаты проведенных расчетов показывают, что существующие рекреационные ресурсы Якутии в полной мере соответствуют запросам современных путешественников. Республика Саха (Якутия) располагает объективными факторами для удовлетворения запросов потенциальных туристов. Наиболее низкий показатель для осуществления устойчивого развития туризма в регионе, по оценкам экспертного опроса, – это туристская инфраструктура, куда входили: обеспеченность средствами размещения, пунктами общественного питания, лечебно-оздоровительными объектами и наличие транспортной коммуникация на территории региона. Сезонное функционирование основных транспортных магистралей, слабое развитие наземных коммуникаций существенно увеличивают транспортные затраты, которые оказывают значительное влияние на повышение издержек производства туристского продукта.

Список источников

1. Башалханова Л.Б. Методические подходы к стоимостной оценке рекреационных ресурсов // Актуальные вопросы геологии и географии Сибири. Т.4. Томск: ТГУ, 1998.
2. Солдатова С.А. Экономическая оценка рекреационных ресурсов как основа рационального природопользования // Культура народов Причерноморья, 2001. № 25.
3. Максанова Л.Б.-Ж., Будаева Д.Г., Санжеев Э.Д., Жалсараева Б.Д., Мункуева В.Д. Экономическая оценка туристско-рекреационных ресурсов Тункинского национального парка. Улан-Удэ: БНЦ СО РАН, 2002.
4. Боголюбова С.А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов М.: Академия, 2009.
5. Преображенский В.С. Физико-географические аспекты и проблемы организации отдыха // Географические проблемы организации туризма и отдыха. Вып. 1. М.: ЦРИБ «Турист», 1975.
6. Преображенский В.С., Мухина Л.И., Казанская Н.С. и др. Методические указания по характеристике природных условий рекреационного района // Географические проблемы организации туризма и отдыха. Вып. 1. М.: ЦРИБ «Турист», 1975.
7. Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н. Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Серия географическая, 1969. № 4.
8. Лиханов Б.Н. Географическое изучение рекреационных ресурсов СССР и путей их использования // Географическое изучение природных ресурсов и вопросы их рационального использования. М.: МФГО, 1973.

9. **Лиханов Б.Н., Ступина Н.М.** Программа характеристик природных компонентов и ландшафтов при проектировании рекреационных комплексов // Географические проблемы организации туризма и отдыха. Вып. 1. М.: ЦРИБ «Турист», 1975.
10. **Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т.** Рекреационная география. М.: МГУ, 1981.
11. **Файбусович Э.Л., Чечетова Л.В.** Методика оценки природных условий для туризма // Краеведение и туризм. Л., 1973.
12. **Чубуков Л.А.** Оценка климатических условий с точки зрения отдыха и туризма // Географические проблемы организации туризма и отдыха. Вып. 2. М.: ЦРИБ «Турист», 1975.
13. **Данилова Н.А.** Климат и отдых в нашей стране. М.: Мысль, 1980.
14. **Деркачева Л.Н.** Методические подходы к интегральному анализу климата для рекреационных целей // География и природные ресурсы, 2000. № 4.
15. **Сухова М.Г.** Климат и рекреационно-климатические ресурсы котловин Алтае-Саянской горной страны // Вопросы современной науки и практики. 2009. Т.2(16). № 2.
16. **Эрингис К.И., Будрюнас А.-Р.А.** Сущность и методика детального эколого-эстетического исследования пейзажей // Экология и эстетика ландшафта. Вильнюс: Минтис, 1975.
17. **Фролова М.Ю.** Оценка эстетических достоинств природных ландшафтов // Вестник МГУ. Серия географическая, 1994. № 2.
18. **Преловский В.И.** Оценка рекреационной пригодности и живописности лесных ландшафтов Юга дальнего Востока. Владивосток: Дальнаука, 1995.
19. **Калашникова О.В.** Методические основы оценки эстетичности ландшафтов // Вопросы дальневосточной географии. Владивосток: ДВГУ, 2002.
20. **Мухина Л.И.** Принципы и методы технологической оценки природных комплексов. М.: Наука, 1973.
21. **Мухина Л.И., Веденин Ю.А., Данилова Н.А., Зорин И.В.** Подходы к оценке условий рекреационной деятельности // Известия АН СССР. Серия географическая, 1974. №3.
22. **Нефедова В.Б., Смирнова Е.Д., Швидченко Л.Г.** Методы рекреационной оценки // Вестник МГУ. Серия географическая, 1973. №5.
23. **Худеньких Ю.А.** Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География и туризм: Сб. науч. тр. Вып. 2. Пермь: ПГУ, 2006.
24. **Ширинкин П.С., Пахомова А.С.** Определение приоритетных территорий Пермского края для развития туризма: теория, методология, практика // Вестник ПГИИК, 2007. № 5.
25. **Саранча М.А., Рысин И.И.** Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка с использованием геоинформационных технологий. Ижевск: Научная книга, 2007.
26. **Дроздов А.В.** Основы экологического туризма. М.: Гардарики, 2005.
27. **Рубцов В.А., Шабалина С.А.** Оценка рекреационного потенциала и развитие внутреннего туризма в Республике Татарстан // Туризм и региональное развитие: Мат. III междунар. науч.-практ. конф. Смоленск: Универсум, 2004.
28. **Ушакова Е.О.** Особенности оценки ресурсов территории для развития туристской отрасли // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. Вып. 2-7 (62). С. 259-264.

References

1. **Bashalkhanova, L. B.** (1998). Metodicheskie podhody k stoimostnoj ocenke rekreacionnyh resursov [Methodical approaches to the valuation of recreational resources]. *Aktual'nye voprosy geologii i geografii Sibiri [Topical issues of geology and geography of Siberia]*, 4. Tomsk: TSU. (In Russ.).
2. **Soldatova, S. A.** (2001). Ekonomicheskaja ocenka rekreacionnyh resursov kak osnova racional'nogo prirodopol'zovanija [Economic assessment of recreational resources as the basis for rational environmental management]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ja [Culture of the peoples of the Black Sea region]*, 25. (In Russ.).

3. **Maksanova, L. B.-Zh., Budaeva, D. G., Sanzheev, E. D., Zhalsaraeva, B. D., & Munkueva, V. D.** (2002). *Ekonomicheskaja ocenka turistsko-rekreacionnyh resursov Tunkinskogo nacional'nogo parka [Economic assessment of tourist and recreational resources of the Tunkinsky National Park]*. Ulan-Ude: BNTs SO RAN. (In Russ.).
4. **Bogolyubova, S. A.** (2009). *Ekologo-ekonomicheskaja ocenka rekreacionnyh resursov [Ecological and economic assessment of recreational resources]*. Moscow: Academy. (In Russ.).
5. **Preobrazhensky, V. S.** (1975). Fiziko-geograficheskie aspekty i problemy organizacii otdyha [Physical and geographical aspects and problems of recreation]. *Geographic problems of organizing tourism and recreation [Geograficheskie problemy organizacii turizma i otdyha]*, 1. Moscow: TsRIB "Tourist". (In Russ.).
6. **Preobrazhensky, V. S., Mukhina, L. I., Kazanskaya, N. S. & et. all.** (1975). Metodicheskie ukazaniya po harakteristike prirodnyh uslovij rekreacionnogo rajona [Guidelines for the characteristics of the natural conditions of the recreational area]. *Geograficheskie problemy organizacii turizma i otdyha [Geographic problems of tourism and recreation]*, 1. Moscow.: TsRIB "Tourist". (In Russ.).
7. **Vedenin, Yu. A., & Miroshnichenko, N. N.** (1969). Ocenka prirodnyh uslovij dlja organizacii otdyha [Assessment of natural conditions for the organization of recreation]. *Izvestija AN SSSR. Serija geograficheskaja [Izvestija of the USSR Academy of Sciences. Geographical series]*, 4. (In Russ.).
8. **Likhanov, B. N.** (1973). Geograficheskoe izuchenie rekreacionnyh resursov SSSR i putej ih ispol'zovanija [Geographic study of recreational resources of the USSR and ways of their use]. *Geograficheskoe izuchenie prirodnyh resursov i voprosy ih racional'nogo ispol'zovanija [Geographical study of natural resources and issues of their rational use]*. Moscow: MFGO. (In Russ.).
9. **Likhanov, B. N., & Stupina N. M.** (1975). Programma harakteristik prirodnyh komponentov i landshaftov pri proektirovanii rekreacionnyh kompleksov [Program of characteristics of natural components and landscapes in the design of recreational complexes]. *Geograficheskie problemy organizacii turizma i otdyha [Geographic problems of organizing tourism and recreation]*, 1. Moscow: TsRIB "Tourist". (In Russ.).
10. **Mironenko, N. S., & Tverdokhlebov, I. T.** (1981). *Rekreacionnaja geografija [Recreational geography]*. Moscow: Moscow State University. (In Russ.).
11. **Faibusovich, E. L., & Chechetova, L. V.** (1973). Metodika ocenki prirodnyh uslovij dlja turizma [Methodology for assessing natural conditions for tourism]. *Kraevedenie i turizm [Local history and tourism]*. Leningrag. (In Russ.).
12. **Chubukov, L. A.** (1975). Ocenka klimaticeskikh uslovij s tochki zrenija otdyha i turizma [Assessment of climatic conditions from the point of view of recreation and tourism]. *Geograficheskie problemy organizacii turizma i otdyha [Geographic problems of organizing tourism and recreation]*, 2. Moscow: TsRIB "Tourist".
13. **Danilova, N. A.** (1980). *Klimat i otdyh v nashej strane [Climate and rest in our country]*. Moscow: Misl'. (In Russ.).
14. **Derkacheva, L. N.** (2000). Metodicheskie podhody k integral'nomu analizu klimata dlja rekreacionnyh celej [Methodical approaches to integral analysis of climate for recreational purposes]. *Geografija i prirodnye resursy [Geography and natural resources]*, 4. (In Russ.).
15. **Sukhova, M. G.** (2009). Klimat i rekreacionno-klimaticeskije resursy kotlovin Altae-Sajanskoj gornoj strany [Climate and recreational and climatic resources of the basins of the Altai-Sayan mountainous country]. *Voprosy sovremennoj nauki i praktiki. [Questions of modern science and practice]*, 2(16), 2. (In Russ.).
16. **Eringis, K. I., & Budryunas, A.-R. A.** (1975). Sushhnost' i metodika detal'nogo ekologo-esteticheskogo issledovanija pejzazhej [The essence and methods of detailed ecological and aesthetic study of landscapes]. *Ekologija i estetika landshafta [Ecology and landscape aesthetics]*. Vilnius: Minthis. (In Russ.).
17. **Frolova, M. Yu.** (1994). Ocenka esteticheskikh dostoinstv prirodnyh landshaftov [Assessment of the aesthetic merits of natural landscapes]. *Vestnik MGU. Serija geograficheskaja [Bulletin of Moscow State University. Geographical series]*, 2. (In Russ.).

18. **Prelovsky, V. I.** (1995). *Ocenka rekreacionnoj prigodnosti i zhivopisnosti lesnyh landshaftov Juga dal'nego Vostoka [Evaluation of the recreational suitability and picturesqueness of forest landscapes in the South of the Far East]*. Vladivostok: Dalnauka. (In Russ.).
19. **Kalashnikova, O. V.** (2002). Metodicheskie osnovy ocenki jestetichnosti landshaftov [Methodical bases for assessing the aesthetics of landscapes]. *Voprosy dal'nevostochnoj geografii [Questions of Far Eastern geography]*. Vladivostok: DVGU. (In Russ.).
20. **Mukhina, L. I.** (1973). *Principy i metody tehnologicheskoy ocenki prirodnyh kompleksov [Principles and methods of technological assessment of natural complexes]*. Moscow: Nauka. (In Russ.).
21. **Mukhina, L. I., Vedenin, Yu. A., Danilova, N. A., & Zorin, I. V.** (1974). Podhody k ocenke uslovij rekreacionnoj dejatel'nosti [Approaches to assessing the conditions of recreational activity]. *Izvestija AN SSSR. [Serija geograficheskaja Izvestija of the USSR Academy of Sciences. Geographical series]*, 3. (In Russ.).
22. **Nefedova, V. B., Smirnova, E. D., & Shvidchenko, L. G.** (1973). Metody rekreacionnoj ocenki [Methods of recreational assessment of territories]. *Vestnik MGU. Serija geograficheskaja [Bulletin of Moscow State University. Geographical series]*, 5. (In Russ.).
23. **Khudenkikh, Yu. A.** (2006). Podhody k ocenke turistskogo potentsiala territorii na primere rajonov Permskogo kraja [Approaches to assessing the tourist potential of the territory through the example of the regions of the Perm Territory]. *Geografija i turizm [Geography and Tourism]: Collection of Scientific Papers*, 2. (In Russ.).
24. **Shirinkin, P. S., & Pakhomova, A. S.** (2007). Opredelenie prioritetnyh territorij Permskogo kraja dlja razvitiya turizma: teorija, metodologija, praktika [Determination of priority territories of the Perm Territory for tourism development: Theory, methodology, practice]. *Vestnik PGIK6 [Bulletin of PGIK6]*, 5. (In Russ.).
25. **Sarancha, M. A., & Rysin, I. I.** (2007). *Rekreacionnyj potentsial Udmurtskoj Respubliki: geograficheskij analiz i ocenka s ispol'zovaniem geoinformacionnyh tehnologij. [Recreational potential of the Udmurt Republic: geographical analysis and assessment using geoinformation technologies]*. Izhevsk: Scientific book, (In Russ.).
26. **Drozdov, A. V.** (2005). *Osnovy ekologicheskogo turizma [Fundamentals of ecological tourism]*. Moscow: Gardariki. (In Russ.).
27. **Rubtsov, V. A., & Shabalina, S. A.** (2004). Ocenka rekreacionnogo potentsiala i razvitie vnutrennego turizma v Respublike Tatarstan [Assessment of recreational potential and development of domestic tourism in the Republic of Tatarstan]. *Turizm i regional'noe razvitie [Tourism and regional development]: Proceedings of the third international scientific and practical conference*. Smolensk: Universum. (In Russ.).
28. **Ushakova, E. O.** (2015). Osobennosti ocenki resursov territorii dlja razvitiya turistskoj otrasli [Features of assessing the resources of the territory for the development of the tourism industry]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Kemerovo State University]*, 2-7 (62), 259-264. (In Russ.).

ГЛАДКИЙ Александр Витальевич

*Киевский национальный торгово-экономический университет (Киев, Украина)
доктор географических наук, профессор, академик НАТ РФ; alexander.gladkey@gmail.com*

КЫЛИВНЫК Владимир Степанович

*Винницкий национальный медицинский университет имени Н. Пирогова (Винница, Украина)
кандидат медицинских наук, доцент, академик АН ПРЭ; vs.kulivnyk@ukr.net*

**ПЕРВАЯ ЧАСТНАЯ МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНАЯ МУЗЕЙНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
САНАТОРИЯ «АВАНГАРД» В ГОРОДЕ НЕМИРОВ ВИННИЦКОЙ ОБЛАСТИ УКРАИНЫ**

*Светлой памяти кн. Марии Щербатовой –
в 100-летнюю годовщину со дня трагической гибели – посвящается*

Раскрыты исторические, краеведческие, технико-технологические, медико-реабилитационные и санаторно-лечебные аспекты создания частной мультидисциплинарной музейной коллекции на территории санатория «Авангард» в г. Немиров Винницкой области Украины. Определены ключевые предпосылки появления музейной коллекции. Подробно охарактеризованы фонды музейной коллекции, история их собраний и современная экспозиция. Определены ключевые организационные, юридические, экономические, кадровые и управленческие проблемы существования музейной коллекции. Проведен комплексный анализ преимуществ и недостатков в организации частных музейных коллекций на территории санаториев, домов отдыха и других лечебно-оздоровительных учреждений широкого профиля. Опыт создания частной мультидисциплинарной музейной коллекции на территории ДП «Клинический санаторий «Авангард» в г. Немиров Винницкой области может быть использован в практике других санаторно-лечебных заведений Украины, а также может быть использован для дальнейшей организации негосударственных музейных коллекций медико-технологического и историко-краеведческого профиля. Методологическая основа данного исследования – общенаучный диалектический метод. Основными методами исследования является метод литературный, иллюстративный, описательный, аналитический и научного синтеза.

Ключевые слова: музейная коллекция, санаторий «Авангард», Немиров, Винницкая область, историческое краеведение, медицинские технологии

Для цитирования: Гладкий А.В., Кыливнык В.С. Первая частная мультидисциплинарная музейная коллекция санатория «Авангард» в городе Немиров Винницкой области Украины // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 69-79. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10406.

Дата поступления в редакцию: 3 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 1 ноября 2020 г.

Alexander V. GLADKEY

*Kiev National University of Trade and Economics (Kiev, Ukraine)
PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: alexander.gladkey@gmail.com*

Vladimir S. KULIVNUK

*N. Pirogov Vinnitsa National Medical University (Vinnitsa, Ukraine)
PhD in Medical Sciences, Associate Professor; e-mail: vs.kulivnuk@ukr.net*

THE FIRST PRIVATE MULTIDISCIPLINE MUSEUM COLLECTION ON THE TERRITORY OF SANATORIUM "AVANGARD" IN NEMYRIV CITY, VINNITSA REGION, UKRAINE

Abstract. *The article reveals the local history, technical-technological, medical-rehabilitation and sanatorium-medical aspects of creation a first private multidiscipline museum collection on the territory of AU "Clinical "Sanatorium "Avangard" located in Nemyriv city, Vinnitsa region, Ukraine. The key preconditions for the appearance of the museum collection are identified. The funds of the museum collection, the history of their collection and the modern exposition are described in detail. The key organizational, legislative, economic, employee and managerial problems of the museum collection's existence are identified. The authors accomplished the first comprehensive analysis in Ukraine of the advantages and disadvantages in organization of non-governmental museum collections in sanatoriums, rest homes and other medical and health facilities of general profile. The experience of creating a non-governmental medical-technological and local history museum collection on the territory of Clinical Sanatorium "Avangard" located in Nemyriv city, Vinnitsa region can be used in the practice of other sanatoriums of Ukraine as well as can be used for further organization of non-governmental museum collections with medical-technological and local history profile. The methodological basis of this study is a general scientific dialectical method. The main research methods are: the method of literary, illustrative, descriptive, analytical and scientific synthesis.*

Keywords: *museum collection, sanatorium "Avangard", Nemyriv, Vinnitsa region, local history, medical technologies*

Citation: Gladkey, A. V., & Kulivnuk, V. S. (2020). The first private multidiscipline museum collection on the territory of sanatorium "Avangard" in Nemyriv city, Vinnitsa region, Ukraine. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 69-79. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10406.

Article History

Received 3 October 2020
Accepted 1 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение. Актуальность темы. Идея создания частных музейных коллекций на Украине получила свое воплощение довольно давно, когда еще в начале 1990-х гг. в Киеве, Львове, Луцке, Одессе и других городах были основаны различные заведения музейного типа, которые принадлежали не государству, а коллективу учредителей (на условиях хозрасчета) или частным владельцам. С тех пор, сеть негосударственных учреждений значительно выросла, существенно изменилась тематика экспозиций музейных коллекций, усилилась работа с музейными фондами, повысилась осведомленность населения в работе музейных учреждений, изменились музейные технологии и способы подачи материала. Однако, с тех пор остались и типичные проблемы негосударственных музейных коллекций. Среди них слабая научно-образовательная база организации музейного дела, недостаточная музеефикация экспонатов, юридические проблемы со статусом негосударственных музейных учреждений, правами собственности на землю и музейные сооружения и др. Проблемы создания и развития негосударственных музейных коллекций, а также положительный опыт их основания сейчас имеют высокий уровень актуальности.

Анализ последних исследований и публикаций. В наше время идея создания и развития негосударственных музейных коллекций активно развивается. Заслуживают особого внимания публикации Мезенцевой Г.Г., Юрениной Т.Ю., Шпараги Т.И., Шляхтиной Л.Н., Стариковой Ю.А., Великочего В., Белокопня С.И., Вайдахера Ф., Любицовой О.А., Бейдика А.А. и др. Вопросами организации музейных коллекций негосударственной формы собственности в разное время занимались Любицева О.А., Бейдик А.А., Кыливнык В.С., а проблемами развития музейных коллекций Винницкой области и г. Немирова в частности – Барнасюк А.С., Высоцкая К.И., Денис Н., Дець В.С., Радыш Я.Ф.

Изложение основного материала. Музейная сеть Винницкой области насчитывает

108 музейных учреждений, среди них можно отдельно выделить 26 государственных музеев и более 82 самостоятельных музейных коллекций, в фондах которых хранится более 200 тыс. оригинальных предметов [2, 3]. Тот факт, что частных музейных коллекций почти в 4 раза больше уже свидетельствует о повышенном интересе коллекционеров энтузиастов и потенциальных посетителей к существованию и развитию таких учреждений. Подавляющее их большинство находится в областном центре и в крупных городах области (Тульчин, Гайсин, Жмеринка, Могилев-Подольский, Хмельник и т.д.). Однако, все больше сеть негосударственных музейных коллекций получает развитие в малых городах региона. Так, в пгт Вороновица открыто заведение музейного типа – мемориальную квартиру-музей А.Ф. Можайского, в Гайсинской районе, в с. Косаново открыта музейную коллекцию кулинарного направления «Бабушкины вкусы» и учреждение музейного типа по истории украинского села, буквально на границе Винницкой и Черкасской областей в с. Сычевка открыт так называемый «ресторан-музей «Украинское село». Однако, важным этапом развития сети негосударственных музейных коллекций является их привязка к учреждениям лечебно-оздоровительного, медико-реабилитационного и профилактически-релаксационного профиля, которыми выступают дома отдыха, санатории, пансионаты, СПА-центры, профилактории и т.п. [8].

В городе Немиров Винницкой области санаторий «Авангард» расположен в имени княгини Марии Григорьевны Щербатовой [9]. Дворец княгини выступает главным корпусом санатория (рис. 1). Вокруг него разбит прекрасный дендропарк с редкими деревьями и кустарниками (рис. 2) [7]. Идея создания в этом волшебном месте музейной коллекции возникла уже довольно давно. Усилиями главного врача санатория Петра Васильевича Цвены и его заместителя по медицинской части – Владимира Степановича Кыливныка – в далеком 2010 г. было завершено формирова-

ние музейной коллекции, посвященной памяти княгини М. Щербатовой, последней владелицы поместья, включающий ее Мемориальный кабинет (рис. 3), картинную галерею (рис. 4) и ряд объектов природного и историко-культурного наследия на территории санатория («Дерево любви», рис. 5, посаженное в день свадьбы старшего сына княгини Владимира и Елены, дочери Петра Столыпина, парковая скульптура «Ангел с ягненком» рис. 6 (спрятанная после нападения вандалов в одном из коридоров дворца), художественная роспись на потолке бювета, выполненный знаменитым М. Врубелем и многие другие) [1, 4, 5].



Рис. 1 – Дворец кн. Щербатовой¹



Рис. 2 – Дендропарк санатория.
Аллея Оноре де Бальзака.

¹ Тут и далее – фото авторов.



Рис. 3 – Мемориальная комната-музей княгини Марии Щербатовой



Рис. 4 – Картинная галерея Санатория



Рис. 5 – Дерево Любви. Садовник переплел две веточки ясеня между собой, и они срослись, создав своеобразный мостик между двумя ветвями одного дерева



Рис. 6 – Скульптура «Ангел с ягненком»



Рис. 7 – Водонапорная башня XIX в. – новое здание музейной коллекции

Музейная коллекция начала активно функционировать. Ее посетителями стали пациенты санатория, которые приезжают в Немиров для лечения и оздоровления, а также студенты-практиканты медицинских ВУЗов Винницы, художники-любители, которые организовывали ежегодные встречи в санатории (в картинной галерее представлены также их собственные работы), местная учащаяся молодежь и другие приглашенные

гости. Однако, учитывая медико-реабилитационный профиль клинического санатория «Авангард» [9], а также существенный недостаток свободных площадей для организации музейной экспозиции, Владимир Кыливнык принял решение использовать для нужд музейной коллекции старую четырехэтажную водонапорную башню XIX в., которая находится на территории санатория (рис. 7) и имеет историческую, инженерную и эстетическую ценность. Собственными руками Владимир Степанович провел капитальный ремонт помещений этой башни, полностью заменил испорченный пол, заменил внутренние перегородки, самостоятельно выполнил отделки стен как снаружи, так и изнутри, перекрыл здание новыми материалами, чтобы избежать попадания осадков, организовал систему отопления, водоснабжения и канализации, электрического освещения и проч.

Владимир Степанович наполнил экспозицию музейной коллекции множеством экспонатов краеведческого, исторического, медицинского, технического, этнографического содержания. Подавляющее большинство его предметов собрана лично, некоторые уникальные вещи были пожертвованы меценатами и спонсорами музейной коллекции. Их список исчерпывающий: Айвазиди В.А., Акименко А.И., Баранова О.В., Билонько Ф.М., Беспалов Ю.Ф., Бурдюг И.А., Бурко И.А., Гайворонский Д.Г., Андзей Г.П., Гладкий А.В., Голяченко А.А., Голота В.И., Гончар П.М., Добронецкая В.А., Дячко З.Ф., Евдокименко И.А., Евдокимов О., Евчина А.Д., Еременко А.М., Заречный И.С., Ивашкевич Н.Л., Карпенко А.Г., Кипенский А.В., Колесник К., Кыливнык П.С., Кыливнык Ю.С., Кыливнык А.С., Кыливнык Л.В., Кыливнык И.В., Кохан Т.В., Красноштан И.П., Крикун А., Коновалов Е.С., Ситницький К.С., Кузьмин И.В., Кутафьев В.Б., Лашманов А.И., Левицкая Г.С., Лоянич Л.М., Маевский И.В., Мельник Л.С., Мельник А.И., Назаренко И.А., Олейник В.П., Петлеванный П.А., Полищук А.Я., Полищук В.А., Понома-

ренко Т.М., Постоловская К.Т., Прудивус П.Г., Роик В.Г., Роик В.Д., Фалькевич В.А., Филимонова С.И., Цвень П.В., Чабанюк Н., Хихлач Г.А., Хмара А.П., Щерба Г.Ф.

Идею Владимира Степановича подхватило большинство жителей Немирова и окрестных поселений, работники санатория «Авангард», римско-католическая община г. Немирова, многие выходцы города, проживающие за его пределами, деятели медицинской сферы, культуры, искусства.

Музейная коллекция была открыта в августе 2020 года. Сейчас вниманию посетителей предлагается обзор экспозиции на 3 этажах (из 4-х). В 3-х холлах и 9 комнатах размещается почти 900 экспонатов, которые используются, главным образом, по прямому назначению. Учитывая особенности профиля санатория (оздоровительная, лечебная, реабилитационная и рекреационная функции, а также обучение интернов – санаторий является одной из баз практики для кафедры физической и реабилитационной медицины Винницкого национального медицинского университета им. Н.И. Пирогова) ряд экспонатов используется для учебного и реабилитационного процесса.

Процесс восстановления помещения для музейной коллекции, сбора и реставрации экспонатов продолжался в течение последних 10 лет с участием около 200 неравнодушных граждан и гостей города, сотрудников санатория, родственников, соседей, друзей.

Как утверждает основатель музейной коллекции, Владимир Кыливнык: «Вначале идея создания музея в санатории "Авангард" родилась во время пребывания в нем бывшего ректора Винницкого национального технического университета ВНТУ, вице-президента Международной академии наук прикладной радиоэлектроники (АН ПРЭ), Президента Подольского филиала этой академии, Президента Малой академии наук (г. Винница), заслуженного деятеля науки и техники Украины, доктора технических наук, профессора Ивана Васильевича Кузьмина,

который предложил руководству санатория создать музейную экспозицию здорового и больного человека с целью повышения эффективности санитарно-образовательной работы среди отдыхающих, жителей и гостей города. В процессе разработки проекта музейной коллекции было принято решение расширить тематику и сделать его мультидисциплинарным, то есть предоставить ему не только медико-технологическое, но также историко-краеведческое направление. Тем более, что уже существовал собственный опыт работы по организации ранее созданной мемориальной музейной коллекции княгини М.Г. Щербатовой (2010 г.) и картинной галереи санатория (1999 г.), а также опыт их использования в учебно-воспитательном процессе для подготовки студентов и интернов Винницкого национального медицинского университета им. М.И. Пирогова».

Впервые в Украине использование специализированных негосударственных музейных коллекций для обучения молодежи было применено во Львове [6]. Отличие между немировским и львовским подходом к организации подобных заведений заключается в том, что во Львове для потребностей учащихся были использованы уже действующие музейные коллекции, а в Немирове процесс обучения молодежи был организован еще на стадии их строительства. Именно во время создания своей музейной коллекции Владимир Кыливнык и применил свой мультидисциплинарный подход, совместив в созданной им самой музейной коллекции медико-технологический и историко-краеведческий профиль. То есть, экспонаты подбирались сразу как для экспонирования, так и для обучения интернов и эрготерапии больных [6].

Реставрационные и ремонтные работы в помещении музейной коллекции проводились в течение 2010-2020 гг. врачом-коллекционером Кыливныком В.С. при поддержке сотрудников и администрации санатория, неравнодушных людей и

спонсоров. Состояние помещений до начала работ было ужасным. Фактически, помещение башни было совершенно непригодным для организации музейного дела. Его реставрация и ввод в эксплуатацию стали важной личной заслугой Владимира Кыливныка.

На первом этаже размещены залы по следующим профилям:

Зал №1 – исторический, археологический, краеведческий, этнографический. В экспозицию первого зала входят разнообразные принадлежности, утварь, оборудование, которое использовалось в традиционном быту украинского села. Это колыбель, шкафы, сундуки, чемоданы, корзины, авоськи, пальцы, ножовки, пилы, сито, инструменты для резьбы по дереву (циркуль, рейсмус, коловорот, отвес, толщиномер, долота, стамески, отвертки, устройство для разведения пилы, рашпиль, напильник, сверло, фуганок, надфиль, струбцина, фельцы, шерхебели, рубанки), а также ряд других инструментов столярного, строительного и металлообрабатывающего назначения (рис. 8).



Рис. 8 – Первый зал коллекции



Рис. 9 – Второй зал коллекции



Рис. 10 – Третий зал коллекции



Рис. 11 – Четвертый зал коллекции



Рис. 12 – Пятый зал коллекции



Рис. 15 – Восьмой зал коллекции



Рис. 13 – Шестой зал коллекции



Рис. 16 – Девятый зал коллекции



Рис. 14 – Седьмой зал коллекции

Зал №2 – краеведческий, этнографический, технический. В экспозицию второго зала входит разнообразное оборудования, используемое в быту сельских жителей. Это прялки, корзины с нитками, полки-вешалки, утюги, чесала, веретена, фонари, керосиновые, «шахтерские» и железнодорожные лампы, светильники, швейные машины, сапожные формы для женской обуви, сапожные лапы, формы для пошива обуви, ткацкий станок и его элементы (рис. 9).

Зал №3 – краеведческий, этнографический. В третьем зале создана экспозиция традиционного украинской сельского жилища. Посетители могут увидеть вышитые полотенца, занавески, вышитые салфетки,

рубашки-вышиванки, скатерти, вешалки, зеркала, многочисленные религиозные и культурные предметы (иконы, кресты), деревянную мебель (диван, комод, шкаф, кровать, лавка), подушки, покрывало, простыню, платки, кувшины, миски, чаши, вазы, бутылки, макогон, качалку, треногу, «затулу» (закрывающую металлическую шторку) для печи, ухват, кочергу, шкатулки из дерева, керогаз, примус «Шмель», графин, самовар, поднос, домотканые дорожки, ложки, вилки, нож, миски (рис. 10).

На втором этаже расположены залы по следующим профилям: №4 – отраслевой (медицинский, аптечный). В нем расположены стенд с лабораторным оборудованием, бюреточной системой, многочисленные медицинские колбы, глюкометр "Эксан 9", емкость с краном для дистиллированной воды, мерный цилиндр, штатив с колбой и пробиркой, аналитические весы, аквадистиллятор аптечный ДЭ-4-02 «ЭМО», центрифуга, штатив с пробиркой, микроскопы, офтальмоскопическое устройство Р-161М, весы, медицинская ширма, шкаф штанглазы, ступка с пестиком, аптечная витрина с предметами, настенная кварцевая лампа, фартук рентгенолога, часы настенные, негатоскоп настенный, рефлектор термографа "Радуга", радиометр, ручной насос латунный, настенный стоматологический рентген, чемоданы для неотложной медицинской помощи на поле боя, установки для анализа рентгенограмм, радиоэлектрокардиоскоп с передатчиком РТКС-1, пневмотахометр, прибор ТНГ-6м для регистрации давления внутри глаза, индикатор уровня наркоза, реоплетизмограф, селектор медикаментозный "Медисса", блок гальванической развязки, лабораторные емкости по 5 л. (рис. 11).

Зал №5 – отраслевой (медицинский). В нем находится набор для микроиглотерапии, цистоскоп, аппарат "Электросон-1", аппарат для галотерапии, электроотсос, компрессор, противогаз, аппарат Амплиипульс-4, аппарат "Мета-1", электростимулятор Alfa-wave

Headthronic, магнитер, аппарат для ЭПД "Элита-4", аппарат для УЗИ - "УЗТ 101", стерилизатор, электроды для магнитотерапии конечностей, электроскальпель, КИС (кислородная портативная станция), лазерный счетчик аэроионов, осветитель операционный, ингалятор, аппарат для дарсонвализации "Искра-1", аппарат для магнитотерапии АВИМП, барокамера Кравченко, рабочий столик зубного техника с педальным приводом, стоматологическая установка УС-30, витрина с физиотерапевтическим и массажным оборудованием, витрина с акушерским, хирургическим и травматологическим оборудованием, аппарат для изготовления зубных коронок, лазерный аппарат УЛФ-01, аппарат для франклинизации АФ-3, лампа для ароматерапии, аппарат для приготовления коктейлей, универсальный биостимулятор "Вита-01-М", утеротон-1 и много других медицинских приборов и оборудования (рис. 12).

Зал №6 – мемориальный (комната-музей академика И.В. Кузьмина, открытая 8 августа 2020 г.). Эта комната содержит личные вещи академика, портреты выдающихся медиков, настенные картины, книги, посуду, телефон, печатные машинки, часы, медицинские принадлежности, почетные грамоты, награды и другие вещи, связанные с памятью этого выдающегося человека (рис. 13).

На третьем этаже представлены залы по следующим профилям: № 7 – музыкальный (духовые, струнные, язычковые инструменты). Здесь есть горн, труба-бас, труба-альт, кларнет, аккордеон «ROYAL STANDARD», баян "Кремине", гармошка, балалайка, гитара, фисгармония «Walers New York», а также несколько скрипок (рис. 14).

Зал №8 художественный (малая картинная галерея, кино-, фото-, аудио-техника). В экспозиции зала представлены многочисленные художественные полотна, а также ряд приборов для записи и воспроизведения звука и видеоизображения. Среди них: патефоны, магнитофоны, видео-

магнитофоны, электрофоны, DVD-приставка, акустические колонки, фотоаппараты, видеокамера SONY, телевизор, фотоувеличитель, фотобачек и др. (рис. 15).

Зал №9 – электронной техники (современные музыкальные инструменты и ансамбли). Здесь находятся магнитофоны, акустические колонки, электропианино, синтезатор "Поливокс", детский электромузыкальный инструмент ХН3228, микшер Mixer 1642s, НЧ-усилитель Regent, приставка "Лель", генератор дыма, микрофонная стойка, микрофоны, радиостанция (рис. 16).

На четвертом этаже планируется разместить музейную коллекцию радиоэлектроники и любительскую радиостанцию.

По завершению основных работ 8 августа 2020 г. состоялось открытие 3-х из 4-х этажей музейной коллекции. Одно из помещений башни было передано для организации мемориальной комнаты-музея академика И. В. Кузьмина с участием главного врача клинического санатория "Авангард" академика АН ПРЭ Цвения П.В., ученого секретаря АН ПРЭ профессора Зарицкого В.И. (г. Харьков), проректора по научной работе ВНТУ, Президента Подольского отделения АН ПРЭ, академика АН ПРЭ, профессора Павлова С.В. (г. Винница) и членов-корреспондентов и академиков Подольского отделения АН ПРЭ. Во время торжеств по случаю открытия мемориальной комнаты-музея были вручены дипломы академиков новым соискателям.

Выводы. Таким образом, музейная коллекция на территории ДП «Клинический «Санаторий «Авангард» г. Немиров Винницкой области активно растет. Ее посетителями стали гости и пациенты санатория, ученики местных средних и средних специальных учебных заведений (технического профиля), ученики Немировской музыкальной школы (школы искусств), интерны и студенческая молодежь медицинских вузов г. Винница и других городов области, туристы, краеведы, исследователи, а также многие местные жители, которые интересуются историей

родного края. Каждая группа посетителей музейной коллекции находит в ней свою информацию благодаря многопрофильности заведения. Так, студенты-медики знакомятся с медицинскими приборами и оборудованием прошлых лет, параллельно изучая основы своей специальности, молодежь средних специальных профессионально-образовательных учреждений Немирова увлекается экспозициями, посвященными столярному делу, ткацком искусству, кино-, фото-, аудиотехнике. Ученики музыкальной школы посещают залы, посвященные различным музыкальным инструментам и аппаратуре звукозаписи. Пациенты и гости санатория интересуются историко-краеведческим профилем коллекции. Так уникальная многопрофильность экспозиции способствовала росту популярности музейной коллекции Владимира Кыливныка.

Однако, дальнейшему развитию дела Владимира Степановича препятствуют и ряд проблемных моментов. Организационной проблемой музейной коллекции является отсутствие постоянной поддержки со стороны Немировской городской и районной государственных администраций, которые до сих пор не проявили желание способствовать дальнейшей работе музейной коллекции и поощрять государственные и частные структуры к сотрудничеству с учредителями музейного заведения.

Среди юридических проблем остаются вопросы собственности на землю, собственности на помещение музейной коллекции, а также вопросы ее юридического статуса, возможной передачи экспозиции на баланс заинтересованных государственных или негосударственных структур (санатория, городской администрации и проч.). Экономические проблемы упираются в нехватку средств, недостаточную меценатскую поддержку, существенные сложности с инвестициями в музейное дело, а также с несовершенными регуляторными механизмами функционирования учреждений подобного типа. Кадровые

проблемы связаны с нехваткой специалистов, которые смогли бы квалифицированно провести музеефикацию предметов коллекции, создать каталог экспонатов, определить их музейную ценность, удачно подобрать местоположение и др. Фактически, музейная коллекция функционирует только благодаря энтузиазму ее основателя – Владимира Кыливныка. Наконец, управленческие проблемы существования музейной коллекции

упираются в вопросы организации экспозиции, открытого доступа к коллекции посетителей, вопросы сохранения и приумножения экспозиции, а также коммунального обслуживания ее помещения.

Надеемся, что местные органы власти, предприниматели, бизнесмены, коллекционеры, филантропы и все неравнодушные люди помогут в решении этих проблем в ближайшее время.

Список источников

1. **Барнасюк О.С.** Історія міста Немирова від найдавніших часів до сьогодення. Вінниця, 2006. 132 с.
2. Вінницький обласний краєзнавчий музей. Вінниця, Гіпаніс, 2020. 540 с.
3. Вінниччина музейна: Довідник / Відп. К.І. Висоцька. Вінниця: Вінниц. обл. краєзн. музей, 2008. 96 с.
4. **Деніс М.** Великі вали Немирівського городища. Вінниця: ФОП Корзун Д.Ю., 2013. 328 с.
5. **Дець В.С.** Немирів. Путівник. Одеса: Вид-во “Маяк”, 1978. 52 с.
6. **Килівник В.С.** Нові підходи до організації навчання інтернів // Мат. Міжнар. наук.-практ. конф. “Медицина XXI століття: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень. (26-27.07.2019, Дніпро) / В.С. Килівник, Ю.Й. Рудий, П.В. Цвень. Дніпро, 2019. С. 43-46.
7. **Килівник В.С.** Історія Немирівського дендропарку. Немирів, 2015. 103 с.
8. Подільська старовина: Наук.-практ. збірн. Вип.4 / Відп. ред. К.В. Висоцька. Вінниця: ДП “Державна картографічна фабрика”, 2008. 408 с.
9. **Радиш Я.Ф.** Немирівська перлина: тут лікують тіло і душу. К., 2014. 60 с.

References

1. **Barnasyuk, O. S.** (2006). *Istoriya mista Nemyrova vid naydavnishykh chasiv do siohodennya [History of the city of Nemyriv from ancient times to the present]*. Vinnitsa. (In Ukr.).
2. *Vinnyts'kyu oblasnyy krayeznavchyy muzey [Vinnytsia Regional Museum of Local Lore]*. Vinnitsa, Gipanis, 2020. (In Ukr.).
3. **Vysotska, K. I.** (ed.). (2008). *Vinnychchyna muzeyna [Vinnytsia Museum]: Handbook*. Vinnitsa: Reg. regional museum. (In Ukr.).
4. **Denis, M.** (2013). *Velyki valy Nemyrivs'koho horodyshcha [Large shafts of Nemyriv settlement]*. Vinnitsia: FOP Korzun D. Yu. (In Ukr.).
5. **Dets, V. S.** (1978). *Nemyriv. Putivnyk [Nemyriv. Guide]*. Odessa: Mayak Publ. House. (In Ukr.).
6. **Kulivnuk, V. S., Rudy, Yu. Y., & Tsven', P. S.** (2019). *Novi pidkhody do orhanizatsiyi navchannya interniv [New approaches to the organization of internship training]*. In: *Medicina XXI stolittja: perspektivni ta pryoritetni naprjami naukovih doslidzhen' [Medicine of the XXI century: promising and priority areas of research]*: Proceedings of the International scientific-practical conference (July 26-27, 2019). Dnipro, 43-46. (In Ukr.).
7. **Kulivnuk, V. S.** (2015). *Istoriya Nemyrivs'koho dendroparku [History of Nemyriv Arboretum]*. Nemyriv. (In Ukr.).
8. **Vysotska, K. V.** (ed.). (2008). *Podil's'ka starovyna [Podolsk antiquity]*: Science practice coll. Vinnitsa: State Enterprise “State Cartographic Factory”. (In Ukr.).
9. **Radish, Ya. F.** (2014). *Nemyrivs'ka perlyna: tut likuyut' tilo i dushu [Nemyriv pearl: body and soul are treated here]*. Kiev. (In Ukr.).

УДК 338.48

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10407

ХАТКЕВИЧ Артур Андреевич

*Научно-просветительский центр «Музей Сибири и Дальнего Востока» (Москва, РФ)
директор; sib-museum@mail.ru*

САШНИНА Ольга Владимировна

*Палеонтологический музей Института геологии и природопользования ДВО РАН (Благовещенск, РФ)
Заведующий музеем; olgasash@yandex.ru*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ ВЫСТАВКИ «ТАЙНЫ ДРЕВНОСТЕЙ И НАСКАЛЬНОЙ ЖИВОПИСИ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА»)

В статье на примере межрегиональной выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» рассмотрен управленческий аспект социокультурного проектирования. В ходе исследования изучены теоретические основы управления социокультурными проектами, концепция функционирования территории реализации проекта. Межрегиональная музейная выставка рассматривается в контексте продвижения туристских дестинаций и территориального брендинга, формулируются особенности управления данным проектом, проводится SWOT-анализ управления межрегиональными музейными проектами. Релевантность темы статьи обусловлена значимостью проектирования в современности. Анализ управления конкретным проектом актуален в рамках современного развития социокультурной сферы.

Ключевые слова: *социокультурное проектирование, управление, межрегиональная музейная выставка, Сибирь и Дальний Восток, туристские дестинации, территориальные бренды.*

Для цитирования: Хаткевич А.А., Сашнина О.В. Управленческий аспект социокультурного проектирования (на примере межрегиональной выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока») // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 80-93. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10407.

Дата поступления в редакцию: 5 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 29 октября 2020 г.

Arthur A. KHATKEVICH

*Scientific and Educational Center “Museum of Siberia and the Far East” (Moscow, Russia)
Director; e-mail: sib-museum@mail.ru*

Olga V. SASHNINA

*Paleontological Museum of Institute of Geology and Environmental Management of the FEB RAS
(Blagoveshchensk, Russia)
Head of the Museum; e-mail: olgasash@yandex.ru*

**MANAGEMENT ASPECT OF SOCIOCULTURAL PROJECTING
(USING THE EXAMPLE OF INTERREGIONAL MUSEUM EXHIBITION
“SECRETS OF ANTIQUITIES AND ROCK PAINTINGS OF SIBERIA AND THE FAR EAST”)**

Abstract. *The article considers management aspect of sociocultural projecting through the example of interregional museum exhibition “Secrets of antiquities and rock paintings of Siberia and the Far East”. In the research the authors study theoretical foundations of sociocultural projecting management, conception of project realization territory functioning. The interregional museum exhibition is considered in the context of promoting tourist destinations and territorial branding. The article formulates the specifics of managing this project are, and presents the results of SWOT-analysis of the management of interregional museum projects. The relevance of the topic of the article is due to the importance of design in modern times. Analysis of managing a specific project is relevant in the framework of the modern development of the sociocultural sphere.*

Keywords: *sociocultural projecting, management, interregional museum exhibition, Siberia and the Far East, tourist destinations, territory brands.*

Citation: Khatkevich, A. A., & Sashnina, O. V. (2020). Management aspect of sociocultural projecting (using the example of interregional museum exhibition “Secrets of antiquities and rock paintings of Siberia and the Far East”). *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 80-93. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10407. (In Russ.).

Article History

Received 5 October 2020
Accepted 29 October 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2020 the Author(s)
This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Проектирование – распространённый и востребованный на современном этапе тип деятельности, характерный для многих сфер, в частности для социокультурной. Институты, функционирующие в данной сфере, развивают такую форму работы, как разработка и осуществление проектов. Для многих организаций социокультурной отрасли проектирование становится основным способом реализации целей и задач, лежащих в основании этих организаций.

В связи с этим рассмотрение социокультурного проектирования с точки зрения его управленческого аспекта представляется достаточно актуальным. В текущий период существует широкий спектр инструментов и методов управления проектами. Синтез элементов подходов к управлению, выбор оптимальных методов содействуют эффективной реализации проектов.

Теоретические основания управления социокультурным проектированием

Управление в сфере культуры характеризуется исследователями как «процесс взаимодействия объекта и субъекта; сложная многокомпонентная система, матричную основу которой составляют организации и учреждения, их структурные подразделения» [3]. Цель социокультурного проектирования формируется как «создание условий для развития социокультурного субъекта (личности, общности, общества в целом), самореализации человека в основных сферах его жизнедеятельности», «разрешение или минимизация проблем, характеризующих неблагоприятные обстоятельства его жизнедеятельности», «активизация совместной деятельности людей по поддержанию культурной среды в пригодном для жизни состоянии, ее конструктивному изменению собственными усилиями» [9]. Эксперты утверждают, что «любой акт проектирования социально-культурной среды – это действие, направленное на помощь личности в осознании, ценностной оценке и эмоциональном отношении к миру» [11]. Разработка социокультурных проектов рассматривается в

современных исследованиях как «главное направление стратегического развития предприятий» [1].

Фундамент социокультурного проекта – «система принципов, связанная как с мировоззренческой позицией проектировщика, так и с определенным способом решения актуальных проблем, накопившихся в сфере культуры» [11]. Существует ряд принципов социокультурного проектирования, в числе которых – «мониторинг социокультурной среды», «адаптация проекта к социокультурному контексту», «социокультурный баланс», «проблемно-целевая ориентация» [8]. Отличительной чертой логики социокультурного проектирования выступает обязательность наличия «инновационного предложения» во всех элементах и на всех этапах проекта [5]. Таким образом, проектирование представляется творческим, созидательным процессом, обладающим к тому же динамичным характером. Проект сочетает в себе «инновационную идею» или технологию и «чёткий алгоритм достижения цели» [5]. Кроме того, такие проекты «имеют дело со слиянием двух разных, но взаимосвязанных универсумов – социума и культуры», а их управление осуществляют «не менеджеры-профессионалы, а представители творческих профессий – научные сотрудники музеев, художники, хореографы, актеры» [4].

Необходимо отметить, что в технологическую структуру социального проектирования входит исследовательская деятельность, так как «важно знать реальные проблемы функционирования той или иной объектной области» [9]. Факторы, которые подлежат управлению в социокультурном проектировании, – стейкхолдеры, то есть заинтересованные лица, объёмы и виды работ, «стоимостные издержки и расходы», «временные параметры», «финансовые, человеческие и материальные ресурсы» [6]. Что касается подходов к исследованию социального и социокультурного проектирования, можно говорить об объектно-ориентированном, проблемно-ориентированном (прогнозном) и субъектно-

ориентированном (тезаурусном) подходах [10].

Встречаются такие характеристики современного социокультурного проектирования, в которых внимание акцентируется на рисках и турбулентных условиях реализации проектов – например, В.В. Стебляк определяет социокультурное проектирование как «технологический процесс, с помощью которого решаются проблемы в контексте максимальной неопределенности социокультурной среды и вариативности возможных управленческих решений» [8]. Безусловно, это комплексный процесс, который может включать и конструктивную, и творческую, и образовательную, и коммуникационную деятельность [7], поэтому при социокультурном проектировании необходимо учитывать особенности каждого из его деятельностных измерений.

Следует указать на значение *soft skills*, то есть креативного мышления, тайм-менеджмента, способности к командной работе, выстраиванию сетевых связей, решению конфликтов и др., в осуществлении управления социокультурными проектами: поскольку социокультурный проект является взаимодействием индивидов, лицам, участвующим в реализации проекта необходимо обладать навыками, связанными с сотрудничеством между людьми [4].

Категория качества в контексте управления социокультурным проектом интерпретируется как «совокупность основных потребительских характеристик, черт и свойств, которые определяют способность данной услуги удовлетворить основные потребности потенциальных клиентов. К базовым потребностям можно отнести эстетическое развитие, культурные и духовные потребности современного человека, стремление к повышению уровня общих и профессиональных компетенций через систему образования и самообразования личности» [2]. Ключевое в данном определении – то, что качество есть «точка зрения потребителя, а не только самого производителя» [2]. Следовательно, социокультурному

проекту должна быть свойственна адресность, для которой требуется понимание, «кому предназначается данный проект через определение конкретной целевой аудитории» [2]. В качестве составляющих управления качеством проекта называют «обусловленность наличием четкого соответствия основным рыночным потребностям и планируемым ожиданиям потенциальных потребителей», «наличие качества при осуществлении процесса планирования и разработки социокультурного проекта», «определение уровня качества выполняемых в рамках установленных требований работ по данному социокультурному проекту на основании практического применения документации проекта», потребность в качественном материально-техническом обеспечении проекта по всем этапам его жизненного цикла [2]. Смысл «мониторинга управления качеством» в социокультурном проектировании состоит в фиксации основных динамических изменений данного проекта, а также его среды при наличии внешнего и внутреннего воздействия, организации осуществления их взаимодействия» [2].

Итак, управление социокультурным проектом – многофакторный процесс, требующий разнообразных навыков и компетенций, контроля за качеством реализации каждой ступени и каждого аспекта проекта, взаимодействие различных акторов, деятельность инновационного характера.

Концепция функционирования Галереи «Загорье» в составе Объединения «Выставочные залы Москвы»

Территорией реализации межрегионального музейного проекта в сфере культуры и туризма – выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» стала Галерея «Загорье» Объединения «Выставочные залы Москвы» Департамента культуры города Москвы.

Объединение «Выставочные залы Москвы» – это сеть из двадцати выставочных площадок на территории девяти округов столицы,

преимущественно в районах, отдалённых от центра. В мегаполисе, который является одной из мировых столиц, с большим количеством культурных учреждений и событий различных масштабов и тематики, миллионам людей предоставлена возможность приобщаться к культуре не только в центральных районах города, в лучших музеях и на известных выставочных площадках, но и в своём, так называемом «спальном» районе. В 2019 году Объединение «Выставочные залы Москвы» было включено в реестр музеев Государственного каталога Музейного фонда Российской Федерации.

Галерея «Загорье», где с 16 ноября 2019 года по 12 января 2020 года проходила межрегиональная музейная вставка «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока», расположена в Южном административном округе Москвы. Галерея позиционирует себя как «третье место» – значимое после дома и работы пространство для человека, которое привлекает своими мероприятиями и находится в шаговой доступности. Понятие «третье место», применимое ко всем двадцати галереям Объединения «Выставочные залы Москвы», заняло достойное место в концепции функционирования и развития данных выставочных площадок – мест притяжения в разных районах российской столицы.

Деятельность Галереи «Загорье», как и других заведений Объединения «Выставочные залы Москвы», даёт возможность москвичам посещать в своём районе художественные выставки, творческие встречи, концерты, общегородские культурные акции, дискуссии, международные биеннале, фестивали и другие мероприятия. Посетители любого возраста находят занятие по своим интересам: могут послушать лекции, поучаствовать в мастер-классах и квестах, посмотреть познавательные фильмы. Творческая атмосфера и гостеприимство галереи мотивирует жителей района: семьи с детьми, пенсионеров, молодёжь – на систематическое посещение. Галереи ставят

своей целью вносить вклад в активное развитие художественной, социальной и пространственной среды города посредством активной работы с жителями отдалённых районов всех возрастов. Благодаря деятельности Объединения «Выставочные залы Москвы», которое не только сотрудничает с известными музеями России и мира, ведущими творческими союзами и учебными заведениями, но и с начинающими художниками, в девяти округах столицы реализуются значимые социокультурные проекты и программы, связанные с вовлечением жителей разных возрастов и социального положения в современную культурную жизнь.

Галерея «Загорье», наряду с другими выставочными площадками, функционирующими в своих районах, выполняет важные задачи просвещения и повышения общего культурного уровня и кругозора жителей района, содействует творческому взаимодействию и укреплению связей разных поколений в семьях посредством привлекательности и ценности совместного семейного досуга.



Рис. 1 – Афиша межрегиональной музейной выставки

Именно такие задачи ставились при организации межрегиональной музейной выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» – совместного проекта Галереи «Загорье» Объединения «Выставочные залы Москвы» Департамента культуры города Москвы и Научно-

просветительского центра «Музей Сибири и Дальнего Востока».

Межрегиональная музейная выставка как представление туристских дестинаций и территориальных брендов

Основная идея данного проекта и ряда других проектов Научно-просветительского центра «Музей Сибири и Дальнего Востока», реализуемых в музейной сфере, а также в сфере культурно-познавательного и научного туризма, – привлечь внимание жителей Москвы и Подмосковья к богатому историко-культурному и природному наследию терри-

торий сибирских и дальневосточных регионов.

Цели данного межрегионального музейного проекта – познавательная, просветительская, коммуникативная, содействие продвижению туристских территорий Сибири и Дальнего Востока и повышению узнаваемости туристских брендов.

Партнёрами проекта стали музеи из семи регионов Сибири и Дальнего Востока, которые предоставили музейные предметы и информационные материалы для экспозиции выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» (табл. 1).

Таблица 1 – Музеи Сибири и Дальнего Востока – партнёры межрегиональной выставки

<i>Регион</i>	<i>Региональный музей – партнёр выставки</i>	<i>Ресурсы, предоставленные для реализации проекта</i>
Кемеровская область	Музей-заповедник «Томская Писаница»	Микалентные копии петроглифов, информационные материалы по петроглифам Западной Сибири
Алтайский край	Музей «Мир камня»	Минералы (более 50 видов) Горной Колывани и Горного Алтая
Амурская область	Палеонтологический музей Института геологии и природопользования ДВО РАН	Фрагменты костей динозавров из местонахождений Амурской области, мелкие фрагменты и грунт с Благовещенского местонахождения для мастер-класса. Информационные материалы по истории исследования динозавров в Приамурье
Республика Алтай	Национальный музей имени А.В. Анохина	Информационные материалы по петроглифам Горного Алтая
Красноярский край	Красноярский краевой краеведческий музей	Информационные материалы по Боярской Писанице
Хабаровский край	Хабаровский краевой музей им. Н.И. Гродекова	Информационные материалы по петроглифам Сикачи-Аляна
Чукотский автономный округ	Музейно-выставочный центр «Наследие Чукотки»	Информационные материалы по Пегтымельским петроглифам

Как следует из табл. 1, в межрегиональном музейном проекте в сфере культуры и туризма приняли участие представители четырёх сибирских регионов – Кемеровской области, Алтайского края, Республики Алтай и Красноярского края и из трёх регионов Дальнего Востока – Амурской области, Хабаровского края и Чукотского автономного округа. На основе предоставленных партнёрами экспозиционных материалов: микалентных копий

петроглифов, коллекции алтайских минералов и фрагментов костей амурских динозавров – в Галерее «Загорье» была оформлена выставка, состоящая из трёх разделов: наскальной живописи (петроглифов), минералов и палеонтологии.

Ключевыми партнёрами, предоставившими экспонаты для межрегиональной выставки, выступили Музей-заповедник «Томская Писаница», Барнаульский музей «Мир

камня» и Палеонтологический музей Института геологии и природопользования Дальневосточного отделения РАН. Другие партнёры проекта – Национальный музей имени А.В. Анохина, Красноярский краевой краеведческий музей, Хабаровский краевой музей им. Н.И. Гродекова и Музейно-выставочный центр «Наследие Чукотки» предоставили информационные материалы и фотографические изображения петроглифов Горного Алтая, Боярской Писаницы, Сикачи-Аляна и Пегтымельских петроглифов. Представим более подробную информацию о трёх ключевых партнёрах проекта:

- Томской Писанице, являющейся известной туристской дестинацией не только в Кузбассе и в Западной Сибири;

- Барнаульском музее «Мир камня», своей деятельностью активно продвигающем Горную Колывань – туристскую территорию Алтайского края;

- Палеонтологическом музее Института геологии и природопользования ДВО РАН, представляющем амурских динозавров, которые являются территориальным брендом Амурской области.

Музей-заповедник «Томская Писаница» известен далеко за пределами Сибири как музейный, научно-исследовательский и туристский центр с археологическими, этнографическими и природными экспозиционными комплексами. Музей был открыт в 1988 году возле обнаруженной на рубеже XVI-XVII веков скалы с рисунками древних людей, и с тех пор это живописное место на берегу реки Томи постоянно привлекает к себе внимание исследователей.

Памятник наскального искусства эпохи бронзы **Древнейшее святилище «Томская Писаница»** по праву считается достоянием и гордостью не только Сибири, но и всей России: старейшие наскальные рисунки имеют возраст более 4 тысяч лет. На массиве скалы можно насчитать около 300 изображений, выполненных в различных техниках: выбитые, процерченные

тончайшими линиями, прошлифованные, нанесённые краской. Особенно много изображений лосей, которые в древности были объектами охоты, и поклонения – на рисунках фигуры этих животных широко шагают на длинных сухих ногах, как бы поднимаясь вверх по склону горы. Петроглифы отражают первобытный реализм, глубокое знание натуры животных древними художниками.

В настоящее время Музей-заповедник «Томская Писаница» – это современная, динамично развивающаяся туристская дестинация, успешно сочетающая в себе музейную специфику, научную и культурно-просветительскую деятельность. Это одно из любимых мест отдыха жителей Кемеровской области и гостей из соседних сибирских регионов, а также пункт протокольного посещения российских и иностранных делегаций, пребывающих в Кузбассе.



Рис. 2 – Экскурсия «Сибирские петроглифы» от «Томской Писаницы» на открытии межрегиональной выставки

Барнаульский музей «Мир камня» – частный минералогический музей в Алтайском крае, регионе, который много лет держит лидирующие позиции в туристской отрасли страны. Музей «Мир камня» более десяти лет занимается организацией познавательных экскурсионных туров в алтайскую Горную Колывань. С каждым годом в регионе растёт популярность разработанных директором музея Бергером Сергеем Иосифовичем авторских туров: «Колывань камнерезная», «За каменным цветком», «Алтай рудный и камнерезный», «По демидовским следам», «Золото

Курьи», «Край малиновых озёр и солёных берегов», «Озеро Колыванское» и др. Основное внимание сосредоточено на экологических краеведческих поездках с элементами научного и минералогического туризма.

Маршруты всех туров начинаются в Барнауле – административном центре Алтайского края. Программы туров разнообразны и насыщены и позволяют посетить не только уникальную рекреационную зону Горная Колывань, но и месторождения полезных ископаемых. В программе – посещение Колыванского камнерезного завода им. И.И. Ползунова, месторождения Ортитовая сопка на озере Колыванском, месторождения гора Змеиная и Екатерининской штольни, поиск самоцветов, посещение музея истории развития горно-рудного дела на Алтае им. А.Н. Демидова, г. Змеиногорска, музея истории камнерезного дела на Алтае в с. Колывань, посещение уникального Малинового озера. Туристы получают возможность найти образцы для своей коллекции, на практике узнать, как добывают и обрабатывают камень, а также прикоснуться к истории освоения недр Алтая. Все экскурсионные программы рассчитаны на широкую аудиторию и при необходимости могут быть адаптированы под цели конкретной группы. Музей «Мир камня» занимает достойное место в обширном списке интересных, активно посещаемых местными жителями и многочисленными гостями Алтайского края.



Рис. 3 – Алтайские минералы на выставке в Галерее «Загорье»

Палеонтологический музей Института геологии и природопользования Дальневосточного отделения РАН находится в г. Благовещенске Амурской области, входящей в состав Дальневосточного федерального округа и занимающей особое место на геополитической и туристической карте России. Регион имеет протяжённую границу с Китаем – 1243 км и сравнительно близкое расположение к Корее и Японии – странам Азиатско-Тихоокеанского региона. Административный центр Амурской области город Благовещенск, основанный в 1856 году, – единственный административный центр субъекта Российской Федерации, находящийся на государственной границе. Территория региона расположена преимущественно в бассейне реки Амур.

Развитие туризма в регионе до пандемии активно набирало обороты, и перед Амурской областью на ближайшие годы стояла стратегическая задача: используя высокий потенциал региона: уникальное геополитическое положение, историческое и культурное наследие, богатую природу – сделать туризм одной из ведущих отраслей экономики области.

В 2013 году был зарегистрирован туристический бренд «Амур». Логотип, состоящий из четырёх частей, отражает четыре главные достопримечательности региона: в красном окне рисунок символизирует близость с Китаем и города-близнецы по обе стороны Амура, в жёлтом изображена триумфальная арка как символ исторического и культурного наследия, в зелёном – динозавр, символизирующий палеонтологическое богатство региона, а рисунок в синем окне – символ космоса (рис. 4).



Рис. 4 – Туристический логотип Амурской области

Все символы, изображённые на туристическом логотипе, выступают ключевыми брендами Амурской области. Амурские динозавры, которые считаются самыми молодыми динозаврами на Земле (их возраст – 65 миллионов лет) являются одной из главных достопримечательностью региона.



Рис. 5 – Открытие межрегиональной выставки. Амурские динозавры

Благовещенский палеонтологический музей образован в 1997 году на базе уникального научного материала – крупнейший в России коллекции динозавров. Музейная экспозиция основана на истории открытия и изучения местонахождений динозавров Приамурья: в фондах музея – редкие фотографии, документы, рисунки и другие информационные материалы. Основой музейной экспозиции служат уникальные палеонтологические находки из местонахождений Амурской области. Ежегодно экспозиция музея пополняется новыми экспонатами. В летнее время посетители музея могут побывать на Благовещенском динозавровом местонахождении.

Палеонтологический музей Института геологии и природопользования ДВО РАН и Научно-просветительский центр «Музей Сибири и Дальнего Востока» связывает долгосрочное партнёрское сотрудничество в реализации совместных проектов. Практика двустороннего и многостороннего сотрудничества начала формироваться в 2015 году: благодаря

совместному продвижению бренда, в столичном регионе с амурскими динозаврами знакомы многие. Проведены совместные выставки и ряд просветительских проектов, в процессе реализации которых последовательно выполнялись задачи по продвижению амурских динозавров как одного из основных брендов Амурской области.

Особенности управления межрегиональной выставкой в сфере культуры и туризма

Во всём мире укрепляется тенденция осуществления общественно полезной деятельности посредством реализации разнообразных проектов. Межрегиональная выставка «Тайны древностей и наскальной живописи регионов Сибири и Дальнего Востока» – это социокультурный проект в области не только культуры но и туризма, и именно этот фактор определяет некоторые особенности управления проектом. Следует отметить, что данному проекту присущи все стандартные признаки проекта: уникальность результата, временный характер, целевой характер, ограниченность ресурсов (в частности времени, финансов, кадров), ряд проведённых взаимосвязанных и последовательных мероприятий – от идеи до результата и, конечно, управляемость процессов.

Управление социокультурным проектом – это последовательное управление процессами на всех этапах проектирования. Жизненный цикл и этапы данного межрегионального музейного проекта представлены следующим образом:

- начало проекта: июнь 2019 г. (идея, анализ ресурсов, оценка социальной значимости);
- организация и подготовка проекта: август-ноябрь 2019 г. (формирование концепции проекта, составление плана реализации, создание кроссфункциональной команды, приглашение партнёров, определение бюджета и источников финансирования);
- реализация проекта (непосредственно выставка): 16.11.2019 г. – 12.01.2020 г.

• окончание проекта: январь-февраль 2020 (размещение в информационных источниках пост-релизов о проекте, анализ упоминаний в СМИ и отзывов, анализ управленческих действий, составление отчётов).

Концепция S.M.A.R.T, принятая в области социокультурного проектирования, в том числе в сфере туризма, была соблюдена во всех пунктах измерения цели в данном проекте: конкретная измеримая, достижимая, реалистичная, ориентированная на результат, проект ограниченный во времени, своевременный и отслеживаемый в плане его реализации, обладающий оригинальными чертами, требующий координации усилий всех сторон

и разделённый на этапы. Результативность проекта обозначается измеряемыми критериями. Организаторами проекта была разработана уникальная модель в соответствии с имеющимися ресурсами, которая решает общественно важные, социально значимые проблемы.

Особенностью при выборе методов управления проектом стал интегрированный и выборочный подход к их использованию, который определялся спецификой социокультурных условий проектирования. Используемые в проекте методы (в той части, которая подошла к данному проекту) отражены в табл. 2.

Таблица 2 – Применимость методов управления проектами в отношении межрегиональной музейной выставки

<i>Метод управления</i>	<i>Анализ частичного использования</i>
SCRUM (адаптивный)	Метод был использован в данном межрегиональном музейном проекте в части следующего параметра: Scrum весьма требователен к команде проекта, которая должна быть небольшой и кроссфункциональной, что обязывает членов команды обладать несколькими компетенциями, необходимыми для реализации проекта. Важно, чтобы члены команды были «командными игроками», могли брать на себя ответственность и обладали высокой самоорганизацией.
Kanban	Метод был использован в межрегиональном музейном проекте в части: Kanban предполагает, что возможно на каком-либо этапе оставить задачу неоконченной при изменении приоритетов и возникновении более срочных задач. Kanban позволяет члену команды вести несколько задач одновременно. При правильном управлении Kanban приносит большую пользу команде проекта. Точный расчёт нагрузки на команду, правильная расстановка ограничений и концентрация на постоянном улучшении параметров – всё это позволяет Kanban серьёзно экономить ресурсы и укладывать в дедлайны и бюджет.
Six Sigma	Метод подходит в части: необходимо большое внимание уделять планированию для экономии ресурсов и повышения качества, а также снижения количества брака и проблем. В данном методе имеется нечто общее с Kanban, но у Six Sigma – меньше гибкости, более чёткие критерии с установленными этапами реализации задач: планированием, определением целей и тестированием качества. Процесс реализации проектов более структурирован, что даёт команде возможность следовать заранее выбранному плану. Six Sigma, как и Kanban, можно достаточно легко адаптировать к потребностям конкретной команды.
PRINCE2	Подходит только в части: PRINCE2 рекомендует адаптировать методологию под каждую конкретную организацию. В начале проекта PRINCE2 предлагает определить 3 основных аспекта проекта: бизнес-аспект, потребительский и ресурсный аспекты. PRINCE2 ориентирован на масштабные государственные проекты и крупные организации (выставка не является таковой).
Итеративный	Подходит при подготовке межрегионального музейного проекта в части: содержание проекта определяется на начальной стадии, но имеется возможность корректировки.
Инкрементный	Подходит в части: предполагается последовательное формирование проекта и наполнение деталями, результат производится путём выполнения ряда итераций, которые последовательно совершенствуют промежуточный результат в сторону планируемого до заключительной итерации

Как следует из табл. 2, в управлении межрегиональным проектом в области культуры и туризма – выставкой «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» были применены интегрированные, смешанные методы, то есть так или иначе, частично, использовались элементы каждого из описанных в таблице методов управления проектом. Методы в используемых в данном проекте частях, вероятнее всего, будут применены и в дальнейшем, при реализации аналогичных проектов, более того, используемые элементы методов управления для следующих проектов будут расширяться.

Основным инструментом реализации данного социокультурного проекта выступил SCRUM с основными его преимуществами перед традиционными инструментами (особо ценным в данном инструменте стала возможность внесения изменений, прозрачность, разгрузка менеджмента и др.) В управлении проектом был применён AGILE – современный подход в проектном управлении, который удобен, мобилен, а также актуальны и логичны многие ценности и принципы данного подхода.

Результатами реализации проекта стали интерес к заявленной теме межрегиональной музейной выставки «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока», активная посещаемость (более 1,7 тысяч посетителей), знакомство посетителей с территориальными брендами регионов Сибири и Дальнего Востока: динозаврами Амурской области, минералами Алтайского края и Республики Алтай, петроглифами Кузбасса, Хакасии, Чукотки, Красноярского края и Хабаровского края.

Важными результатами также стало достижение поставленных целей, расширение числа региональных партнёров, укрепление партнёрских отношений с действующими партнёрами и формирование планов на реализацию новых совместных проектов. В дан-

ном межрегиональном музейном проекте были достигнуты оба типа поставленных целей социокультурного и туристского проектирования:

- цель–результат: достигнуто уникальное сочетание продуктов, услуг и результатов;
- цель–направление: стремление к новому уникальному качественному состоянию, к новому уникальному состоянию отношений с партнёрскими организациями, новый эффект в развитии.

Благодаря межрегиональной музейной выставке «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока» в Галерее «Загорье» для москвичей – посетителей выставки, как потенциальных путешественников, сибирские и дальневосточные регионы, представленные в рамках социокультурного проекта, стали ближе, понятнее и привлекательнее.

Совершенствование системы управления межрегиональными музейными проектами

Межрегиональные проекты с участием музеев сибирских и дальневосточных регионов, как объектов показа, интегрированных в сферу туризма, выступают на площадках социокультурного пространства столицы эффективным инструментом продвижения туристского потенциала Сибири и Дальнего Востока, направленным на целевое донесение ценностного предложения туристских территорий, туристских дестинаций и территориальных брендов. Посредством данного инструментария, а также восприятия и впечатлений от представленного сибирского наследия, должно следовать, согласно Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года, «осознание потребности и формирование устойчивого спроса на национальный туристский продукт».

Результаты и проблемы управления реализованным межрегиональным проектом – выставкой «Тайны древностей и наскальной живописи Сибири и Дальнего Востока», а также перспективы дальнейших проектов представлены в матрице SWOT-анализа (табл. 3).

Таблица 3 – SWOT-анализ управления межрегиональными музейными проектами

Strengths (сильные стороны)	Opportunities (возможности)
<ul style="list-style-type: none"> - Опыт взаимодействия со структурами Правительства Москвы - Накопленный опыт управления всеми этапами подготовки и реализации межрегионального музейного проекта - Успешное партнёрское сотрудничество с региональными музеями - Опыт организации публичного открытия выставки - Организация информационного сопровождения проекта - Успешный опыт продвижения туристских территорий и туристских дестинаций регионов Сибири и Дальнего Востока - Содействие возрастанию роли музейных проектов для городской социокультурной среды г. Москвы 	<ul style="list-style-type: none"> - Перспективы расширения количества партнёров межрегиональных проектов - Расширение ресурсной базы для перспективных проектов - Возможность дальнейшего продвижения туристских территорий и туристских дестинаций Сибири и Дальнего Востока - Внедрение в процессе реализации проекта разных форматов музейной педагогики - Расширение количества участников в связи с использованием дистанционных форматов - Проведение в процессе подготовки выставки экспертного социологического исследования - Достижение синергетического эффекта от управленческих действий в процессе реализации проекта
Weaknesses (слабые стороны)	Threats (угрозы)
<ul style="list-style-type: none"> - Ограниченность финансовых возможностей для технологического оснащения выставки - Недостаточное информационное сопровождение в регионах-партнёрах данного проекта - В связи с удалённостью площадки выставки – сложность привлечения к участию в мероприятиях студентов из партнёрских вузов - Недостаточная оперативность при принятии управленческих решений в связи с необходимостью согласования с партнёрами 	<ul style="list-style-type: none"> - Непредсказуемость развития эпидемиологической ситуации ставит под угрозу проведение выставок в запланированные сроки - Недостаточные технологические возможности могут стать препятствием для привлечения на выставки поколений Y и Z - Нестабильное проектное финансирование - Бюрократические процедуры согласования и избыточная регламентация процессов, принятые в госструктурах, замедляют творческие процессы

В дальнейшем при управлении социокультурным проектированием, подготовке и реализации Научно-просветительским центром «Музей Сибири и Дальнего Востока» в г. Москве межрегиональных музейных проектов по тематике Сибири и Дальнего Востока целесообразны:

- в новых условиях проблемной эпидемиологической ситуации, а также в условиях дальнейшей стабилизации обстановки включение в программу онлайн-мероприятий и обеспечение дистанционного доступа к трансляции выставок, мастер-классов, научно-практических конференций в рамках социо-культурных проектов и других мероприятий;
- направление усилий на увеличение

количества региональных партнёров;

- расширение форматов представления туристских территорий, туристских дестинаций и территориальных брендов регионов Сибири и Дальнего Востока, принимающих участие в проектах;
- выстраивание управления социокультурными проектами с учётом современной теории поколений;
- использование эффективного инструмента управления проектом – анализа сегментирования аудитории;
- внедрение современных технологий;
- развитие цифровизации инструментов продвижения;
- активное использование социальных медиаплощадок;

- более эффективное информационное сопровождение в регионах, участвующих;
- проведение на площадке выставок маркетинговых и социологических исследований (по темам – туристского опыта и спроса, узнаваемости брендов, отношения к туристским территориям и др.);
- развитие других направлений.

В ноябре 2021 г. в Московском доме национальностей Правительства Москвы в рамках Международного проекта «Сибирь и Дальний Восток – территория науки, культуры и туризма» запланировано проведение Межрегиональной выставки «Петроглифы и минералы Сибири и Дальнего Востока». В процессе подготовки и реализации предстоящего социокультурного проекта, участниками которого станут не только музеи большинства регионов Сибири и Дальнего Востока, но и высшие учебные заведения, научные учреждения Сибирского и Дальневосточного отделений Российской академии наук, правительственные и общественные организации, необходимо эффективное управление с учётом существующих проблем. В рамках данной межрегиональной выставки, приуроченной ко Дню Сибири, который ежегодно отмечается 8 ноября, состоится ряд мероприятий с участием широкого круга организаций – научно-практическая

конференция, экспертный круглый стол, социологический опрос, экспертный опрос, мастер-классы, которым также необходимо грамотное управление.

Согласно Стратегии развития туризма до 2035 года, «основой эффективной реализации мер по продвижению туристского продукта станет тесное взаимодействие региональных и федеральных органов власти, заинтересованных в развитии туризма в Российской Федерации, через создание площадки для открытого диалога, регулярность и системность взаимодействия, совместное планирование, активное продвижение туристского продукта Российской Федерации и продвижение туристского продукта отдельных туристских территорий»¹.

Совершенствование системы управления социокультурными проектами позволит предстоящей и последующим выставкам с участием регионов Сибири и Дальнего Востока достойно выступать на площадках Москвы в качестве научно-просветительских аттракций для представителей разных поколений и возрастных категорий, представляя туристские территории, туристские дестинации и территориальные бренды сибирских и дальневосточных регионов и содействуя закономерному повышению интереса к внутреннему туризму.

Список источников

1. **Андриенко О.А.** Особенности управления предприятием в сфере культуры на современном этапе // Актуальные вопросы экономики и управления. 2019. С. 3-8.
2. **Гладких А.М.** Управление качеством при реализации социокультурного проекта // Теория и практика модернизации научной деятельности: сборник статей. 2019. С. 56-62.
3. **Жирова М.Б.** Современные методы управления культурно-досуговой сферой: региональный опыт // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. №2. С. 268-272.
4. **Житова Д.Е.** Роль soft skills в менеджменте социокультурных проектов // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы. 2020. С. 127-131.
5. **Загорская Л.М., Назаркина В.А.** Роль проектно-ориентированного подхода в инновационном развитии организации культурно-досуговой сферы // Российское предпринимательство. 2017. Т.18. №21. С. 3261-3274.
6. **Лосева О.С.** Особенности проектной деятельности в социально-культурной сфере // Научная сессия ГУАП: гуманитарные науки. 2020. С. 68-70.
7. **Мельникова Н.А., Васильева Э.В.** Управление социокультурными проектами в

¹ Стратегия развития туризма до 2035 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 30.11.2020).

- современном университете // Человек и культура. 2017. №2. С. 41-48.
8. **Стебляк В.В.** Специфика социокультурного проектирования в современной России // Культура и цивилизация. 2018. Т.8. №6А. С. 119-126.
 9. **Стенина Т.Л.** Социокультурное проектирование: метод. указ. Ульяновск: УлГТУ, 2009.
 10. **Чернега А.А.** Социокультурное проектирование на малых территориях: новый промысел, ресурс развития или реакция на вызовы времени? // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов: Сб. докл. VI Всеросс. социологич. конгресса (Тюмень, 14-16.10.2020) / Отв. ред. В.А. Мансуров. М.: РОС; ФНИСЦ РАН, 2020. С. 380-390.
 11. **Ярошенко Н.Н.** Развивающая среда и социально-культурная деятельность: контекст сущностного единения педагогики и культуры // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2013. Т. 195. С. 41-46.

References

1. **Andrienko, O. A.** (2019). Osobennosti upravleniya predpriyatiem v sfere kul'tury na sovremennom etape [The features of enterprise management in the field of culture at the present stage]. *Aktual'nye voprosy ekonomiki i upravleniya [Relevant issues of economics and management]*, 3-8. (In Russ.).
2. **Gladkikh, A. M.** (2019). Upravlenie kachestvom pri realizacii sociokul'turnogo proekta [Quality management in the implementation of a socio-cultural project]. *Teoriya i praktika modernizacii nauchnoj deyatel'nosti [Theory and practice of modernization of scientific activity]*: collection of articles, 56-62. (In Russ.).
3. **Zhirova, M. B.** (2012). Teoriya i praktika modernizacii nauchnoj deyatel'nosti [The modern methods of cultural and leisure sphere management: regional experience]. *Uchenye zapiski Rossijskogo gosudarstvennogo social'nogo universiteta [Scientific notes of the Russian State Social University]*, 2, 268-272. (In Russ.).
4. **Zhitova, D. E.** (2020). Rol' soft skills v menedzhmente sociokul'turnyh projektov. [The role of soft skills in the management of socio-cultural projects]. *Effektivnoe upravlenie ekonomikoj: problemy i perspektivy [Effective economic management: problems and prospects]*, 127-131. (In Russ.).
5. **Zagorskaya, L. M., & Nazarkina, V. A.** (2017). Rol' projektno-orientirovannogo podhoda v innovacionnom razvitii organizacii kul'turno-dosugovoj sfery. [Role of project-oriented approach in the innovative development of cultural and leisure spheres]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo [The Russian Journal of Entrepreneurship]*, 18(21), 3261-3274. (In Russ.).
6. **Loseva O. S.** (2020). Osobennosti projektnoj deyatel'nosti v social'no-kul'turnoj sfere [Peculiarities of design activity in social and cultural sphere]. *Nauchnaya sessiya GUAP: gumanitarnye nauki [Scientific session of SUAI: humanities]*, 68-70. (In Russ.).
7. **Mel'nikova, N. A., & Vasil'eva, E. V.** (2017). Upravlenie sociokul'turnymi projektami v sovremennom universitete [Sociocultural project management in modern university]. *Chelovek i kul'tura [Human and Culture]*, 41-48. (In Russ.).
8. **Steblyak, V. V.** (2018). Specifika sociokul'turnogo proektirovaniya v sovremennoj Rossii [The specific features of socio-cultural design in modern Russia]. *Kul'tura i civilizaciya [Culture and Civilization]*, 8(6A), 119-126. (In Russ.).
9. **Stenina, T. L.** (2009). *Kul'tura i civilizaciya [Sociocultural projecting]: methodological guidelines.* Ulyanovsk: UISTU. (In Russ.).
10. **Chernega, A. A.** (2020). Sociokul'turnoe proektirovanie na malyh territoriyah: novyj promysel, resurs razvitiya ili reakciya na vyzovy vremeni? [Socio-cultural projecting in small areas: a new industry, a resource for development, or a response to the challenges of the time?]. *Sociologiya i obshchestvo: tradicii i innovacii v social'nom razvitii regionov [Sociology and society: traditions and innovations in the social development of regions]*, 380-390. (In Russ.).
11. **Yaroshenko, N. N.** (2013). Razvivayushchaya sreda i social'no-kul'turnaya deyatel'nost': kontekst sushchnostnogo edineniya pedagogiki i kul'tury [Developing environment and socio-cultural activities: the context of the essential unity of pedagogy and culture]. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury [Proceedings of the St. Petersburg State Institute of Culture]*, 41-46. (In Russ.).

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF DEVELOPING INDUSTRIES, COMPLEXES, BUSINESSES AND ORGANIZATIONS OF SERVICES SECTOR

УДК 33.348

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10408

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет
имени акад. Д.Н. Прянишникова (Пермь, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru*

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СЕТЕВОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

Индустрия гостеприимства как объект управления представляет собой сложное неоднородное образование с неодинаковой собственнической принадлежностью. В статье рассмотрены сетевые механизмы управления гостиничным бизнесом. Составлена классификация механизмов управления. Представлен организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничного бизнеса с точки зрения процессного подхода. Рассмотрено содержание понятия «гостиничная сеть» в отечественной и зарубежной науке. Проведен сравнительный анализ механизмов управления в гостиничном бизнесе, определены направления совершенствования сетевого механизма.

Ключевые слова: *механизм управления, предпринимательские структуры, индустрия гостеприимства, процессный подход.*

Для цитирования: Оборин М.С. Проектирование сетевого механизма управления гостиничным бизнесом // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 94-104. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10408.

Дата поступления в редакцию: 22 сентября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 20 октября 2020 г.

UDC 33.348

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10408

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);
PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615*

DESIGNING A NETWORK MECHANISM FOR MANAGING A HOTEL BUSINESS

Abstract. *The hospitality industry as an object of management is a complex heterogeneous entity with unequal ownership. The article deals with the network management mechanisms of the hotel business. The author develops a classification of management images. The article presents organizational and economic mechanism for managing a hotel business. The content of the concept of "hotel chain" in domestic and foreign science is considered, as well as the directions of improving the network mechanism are determined.*

Keywords: *management mechanism, business structures, hospitality industry, process approach.*

Citation: *Oborin, M. S. (2020). Designing a network mechanism for managing a hotel business. Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad], 14(4), 94-104. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10408. (In Russ.).*

Article History

Received 22 September 2020

Accepted 20 October 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



В настоящее время развитие мировой гостиничной индустрии находится под влиянием различных факторов, определяющих направления трансформации систем управления. Распространение COVID-19 и масштабные ограничения на поездки продолжают наносить ущерб мировой индустрии туризма и гостеприимства, что в первую очередь отрицательно сказывается на сокращении рабочих мест: до 50 млн. в разных странах. Сектор путешествий и туризма находится на границе безубыточности и борется за выживание из-за глобального кризиса здравоохранения COVID-19 [14]. Отели особенно подвержены сокращению объемов деятельности наряду с замедлением экономической активности и спада количества путешествий [17]. Поскольку мероприятия по всему миру продолжают отменяться или откладываться, а уровень заполняемости гостиниц резко падает, пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по отельерам во всем мире. Например, в феврале 2020 года выручка на один доступный номер (RevPAR) в отелях Marriott упала почти на 90% в Большом Китае и снизилась на 25% в других частях Азиатско-Тихоокеанского региона по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (Wallis, 2020). Прогнозируется, что RevPAR в США, Европе и Азии будет продолжать снижаться, поскольку отдых и деловые поездки задерживаются или отменяются из-за страха перед COVID-19 [21].

Гостиничная индустрия уязвима к угрозам, создаваемым неожиданными катастрофами, такими как эпидемии, стихийные бедствия и террористические атаки. Различные типы катастроф приводят к различным отраслевым последствиям и побуждают отельеров принимать меры для решения различных проблем, вызванных кризисами. Например, отельеры Гонконга ввели ужесточение мер безопасности путем модернизации систем замкнутого телевидения (CCTV) и усиления обучения сотрудников отелей технике безопасности после терактов 11 сентября [15].

После вспышки тяжелого острого

респираторного синдрома (торс) корейская гостиничная индустрия установила новое гигиеническое оборудование и предложила сотрудникам образовательные программы по повышению осведомленности о здоровье [19]. Отели в прибрежном пункте назначения в Японии предоставили жилье, убежище и провизию эвакуированным, когда этот регион был опустошен великим Восточно-японским землетрясением и цунами 2011 года. Поскольку опасения туристов по поводу безопасности и рисков для здоровья возрастают, эпидемии могут непосредственно влиять на поведение людей в путешествиях [18]. Таким образом, отельерам крайне важно учесть изменения потребительского спроса после неожиданной пандемии COVID-19 и восстановить доверие путешественников. Поскольку кризис COVID-19, вероятно, окажет беспрецедентное воздействие на отели по всему миру, исследователи должны работать над укреплением теории и знаний в этом важнейшем секторе гостеприимства, чтобы помочь отелям стать более устойчивыми и достичь эффективного восстановления после стихийных бедствий.

Основываясь на обзоре литературы о последствиях крупномасштабных кризисов общественного здравоохранения и современных тенденциях в гостиничной индустрии, определены конкретные области, позволяющие ученым и практикам ориентироваться в гостиничном маркетинге и управлении после пандемии COVID-19. Во-первых, гостиничные операторы начинают уделять более пристальное внимание потенциальным преимуществам искусственного интеллекта (ИИ) и его приложений, таких как робототехника, в практике управления гостиницами [16]. Все большее число исследований фокусируется на связанных с гостиницами воздействиях искусственного интеллекта и робототехники на индивидуальном и организационном уровнях. Кроме того, учитывая роль социального дистанцирования как эффективной стратегии профилактики COVID-19, внедрение искусственного интеллекта и робототехники в гостиницах – особенно в

сценариях с высоким уровнем контактов-может помочь защитить гостей и сотрудников фронтальных служб.

Во-вторых, гигиена и чистота имеют важное значение для успешной работы гостиниц и привлекают повышенное внимание после таких кризисов общественного здравоохранения [20]. В частности, гигиена и чистота широко обсуждались с точки зрения восстановления гостиничной индустрии. Исследования показывают, что на клиентов влияют условия гигиены и чистоты при принятии решений о покупке в сервисной среде. Таким образом, при прогнозировании восстановления гостиничной индустрии после COVID-19 гигиена и чистота должны быть в центре внимания, учитывая серьезные последствия этой пандемии и более высокие ожидания гостей отеля в отношении безопасности во время путешествий.

Влияние кризисных ситуаций на маркетинг и практику управления гостиницами рассматривается в нескольких аспектах: искусственный интеллект и робототехника, гигиена и чистота, здоровье и здравоохранение – для стимулирования исследований и развития знаний в гостиничном секторе.

Необходимо также учитывать растущую цифровизацию экономики и социума, влияние информационных технологий на оптимизацию бизнес-процессов. Осуществляется поиск и формирование эффективных инструментов и механизмов менеджмента, определяющих длительность нахождения субъекта гостиничного бизнеса на региональном или национальном рынке. Развитие управления предприятиями гостиничного бизнеса связано с формированием представлений о механизмах реализации управленческих решений, повышением их эффективности как форме воплощения результатов финансово-хозяйственной деятельности, их опосредования в деятельности функциональных подразделений и персонала.

Классификацию механизмов управления гостиничным бизнесом можно представить схематично (рис. 1).

Традиционным механизмом управления является организационно-экономический, направленный на преобразование внутреннего потенциала объекта управления – предприятия, оказывающего гостиничные услуги. В научной литературе достаточно широко рассматривается данное понятие.

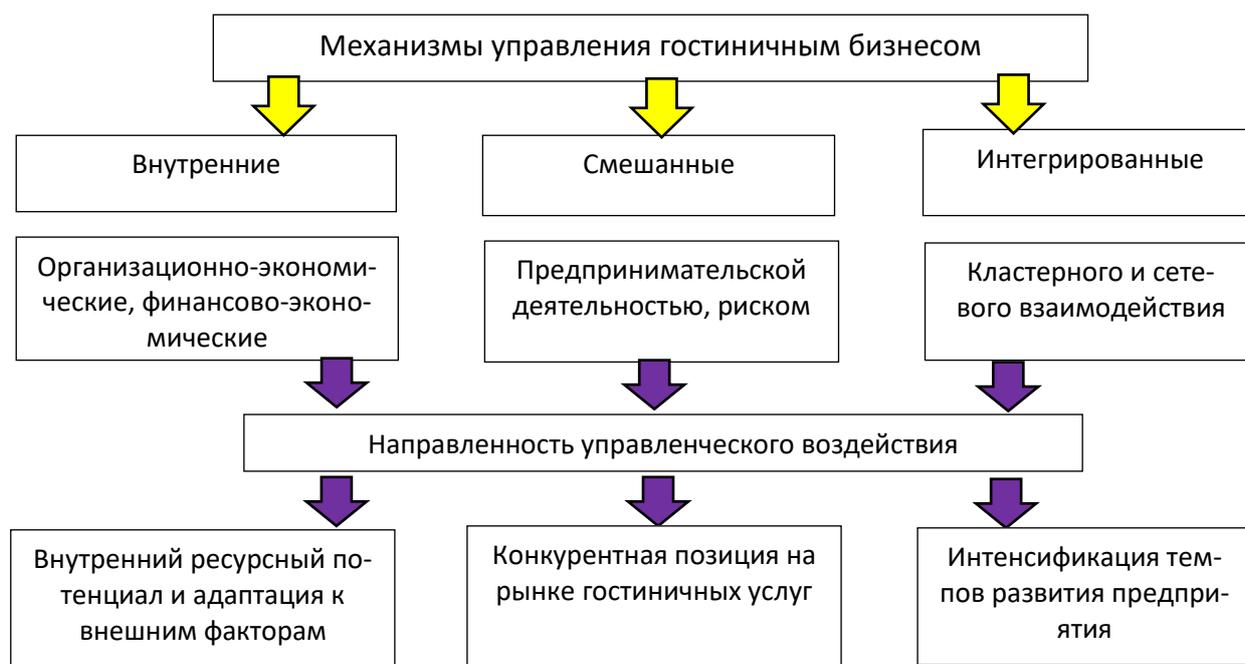


Рис. 1 – Классификация механизмов управления гостиничным бизнесом

Некоторые авторы понимают под механизмом управления четко регламентированный процесс принятия и реализации оптимальных управленческих решений [5]. Другая часть научной работы направлена на исследование мультипликативного эффекта, цепной трансформации состояний объекта управления, которая вызывает необходимые и желаемые изменения качества ресурсного потенциала, стратегии и тактики [7]. Такими элементами могут быть цифровые технологии обслуживания потребителей, которые влияют на весь бизнес-процесс сферы гостеприимства.

В широком смысле к механизму управления могут быть отнесены организационный, экономический, инновационный, финансовый, маркетинговый, кадровый [4], в данном случае это понятие приобретает сложную многоэлементную структуру. В научной литературе встречается также разделение механизма управления по функциональному признаку: управление качеством, производством, маркетингом и иных сфер деятельности объекта бизнес-среды как совокупности методов, приемов, рычагов воздействия на внутренний потенциал и адаптацию к условиям внешней

среды.

В наибольшей степени распространено понятие организационно-экономического механизма, объединяющего административные и экономические рычаги влияния на состояние и развитие внутреннего потенциала предприятия гостиничной индустрии [8]. Развивается подход, согласно которому акцент сделан на антикризисное регулирование и направленность на превентивный характер стратегии и тактики менеджмента [11]. Более широкая трактовка понятия подразумевает форму организации взаимодействия участников рынка, структур и отделов предприятия, внутренних бизнес-процессов, а также экономические методы и механизмы обеспечения этого взаимодействия. В узком: система организационно-экономических мер, направленных на повышение производительности предприятия, подразумевающая взаимодействие организационно-административных и экономических мер.

Представим организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничного бизнеса с точки зрения процессного подхода (рис. 2).

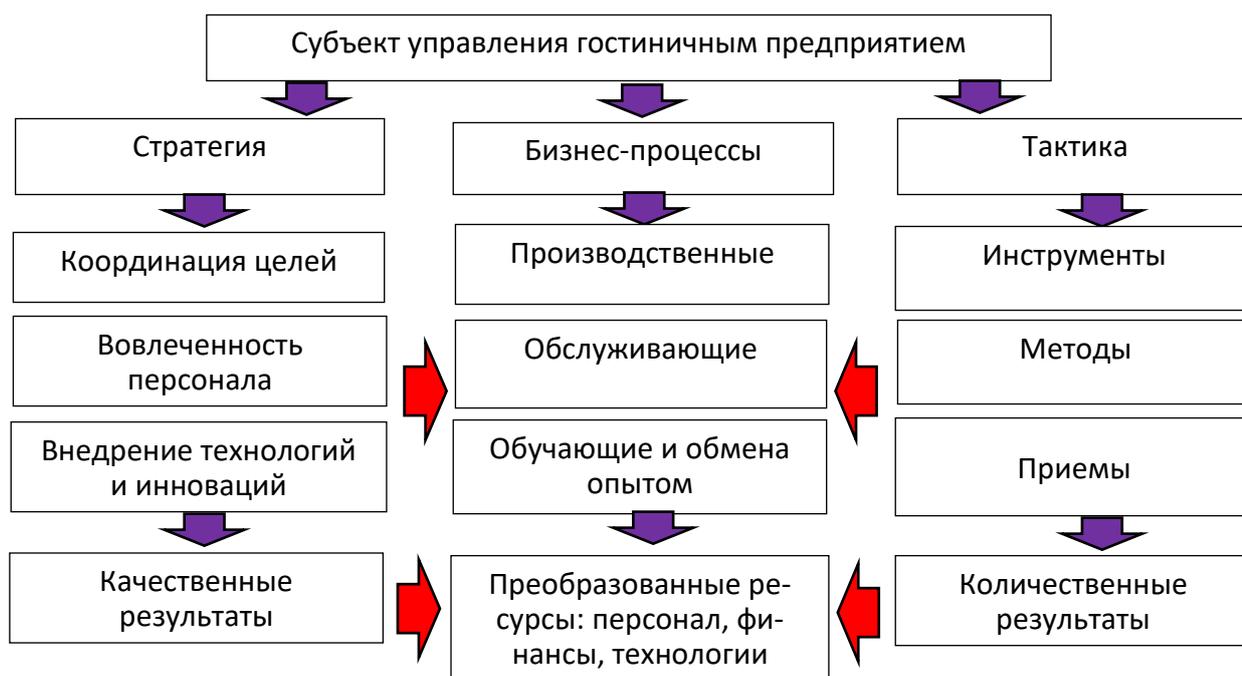


Рис. 2 – Организационно-экономический механизм управления предприятиями гостиничной индустрии как процесс

При рассмотрении структуры механизма управления предпринимательскими структурами в индустрии гостеприимства можно выделить следующие элементы: предпринимательские структуры, субъекты управления, обеспечение, методы, способы и функции управления. Особенностью подобного механизма является наличие «горизонтального управления», то есть партнерского взаимодействия предпринимательских структур индустрии гостеприимства и прочих сфер.

Механизм управления функционированием предпринимательской деятельности предполагает использование инструментов экономического и адаптационного стимулирования, способствующих обеспечению взаимовыгодного сотрудничества субъектов предпринимательства в регионе. Основной целью данного механизма является формирование благоприятной предпринимательской среды и повышение эффективности государственно-частного партнерства.

Некоторые авторы едины во мнении, что формирование партнерских взаимоотношений (на государственно-частном уровне и между предприятиями) является важным элементом управленческого механизма. То есть можно отметить уточнение понятия механизма управления предпринимательством элементом коллективности (совместного управления).

Также в научной литературе часто встречается понятие механизм управления предпринимательским риском: 1) процесс подготовки и реализации мероприятий, цель которых – снижение негативных последствий нежелательного развития событий в ходе реализации принятых предпринимателем решений; 2) совокупность форм, методов, правовых, организационных и экономических инструментов управления, с помощью которых обеспечивается устойчивое развитие организации.

Все авторские определения сходятся в определении механизма управления предпринимательской деятельности как «совокупности» или «системы» определенных элементов

и инструментов, оказывающих воздействие на них. Так как все элементы, входящие в понятие механизма, взаимосвязаны и обуславливают динамику или состояние друг друга, то для описания механизма применяется системный подход.

Таким образом, механизм управления предпринимательской деятельностью можно охарактеризовать как систему элементов, в рамках которой осуществляется воздействие на объект управления со стороны субъектов, с целью достижения положительного экономического, социального, иного эффекта на основе анализа стратегических перспектив развития рынка и альтернатив использования рыночных возможностей для снижения рисков и роста финансово-экономических результатов.

Более сложными механизмами управления являются кластерный и сетевой, поскольку они направлены на регулирование организационного поведения группы предприятий. Для того, чтобы дать описание и оценку сетевого подхода, целесообразно обратиться к понятию «сеть» в индустрии гостеприимства, которое получило сильный импульс развития в последние десятилетия, поскольку закономерно обусловлено проникновением гостиничных сетей в экономическое пространство территорий и государств.

Понятие «гостиничная сеть» рассматривается многими отечественными и зарубежными авторами (табл. 1).

Большая группа ученых и практиков единодушны во мнении, что сетевая форма организации гостиничного бизнеса является основой внедрения высоких единообразных стандартов к качеству гостиничных услуг, повышающих предсказуемость для потребителя на основе трансферта управленческих технологий, положительного опыта, ноу-хау, ресурсов, маркетинга.

Параллельно с понятием гостиничной сети в экономической науке также получили развитие понятия «сеть», «сетевое взаимодействие». Сетевой механизм управления можно охарактеризовать как регулирование

организационного поведения группы гостиничных предприятий, объединенных производством и реализацией общего продукта, услуги на основе экономических и рыночных преимуществ и распределения потенциала.

Сетевой механизм управления обладает определенной иерархией: предприятие гостиничного бизнеса может быть включено в гостиничную сеть (входить в сеть известного

бренда) и одновременно состоять в территориальной сети (быть сетевым участником в развитии сложной услуги на уровне региона, например, в период проведения международных спортивных соревнований, научных мероприятий и т.д.).

Рассмотрим особенности каждого из механизмов управления предприятиями гостиничного бизнеса (табл. 2).

Таблица 1 – Содержание понятия «гостиничная сеть» в отечественной и зарубежной науке

Год	Автор	Содержание понятия
1988, 1996	Ingram P. L.; Jarillo J. C.	Процесс сознательного создания и развития более эффективных организационных отношений для успешной конкуренции на выбранном рынке, в том числе позиционирования
1989, 1992	Kenichi Imai.; Miles R., Snow C.	Эффективная форма организации бизнеса в конкурентной турбулентной среде
2004	Катякало В.С., Мукба В.Н.	Механизм развития и передачи друг другу новых компетенций, что сопровождается созданием ключевых факторов конкурентоспособности гостиничной сети и отношенческих рент
2005	Chen J.J., Dimou I.; Alon I., Ni L., Wang Y.; Chathoth P.K., Olsen M.D.	Способ интернационализации и быстрого развития бизнеса на новых рынках
2007	Шемракова В.Н.	Форма стратегического управления гостиничным бизнесом, бизнес-модель экспансии на рынках гостиничных услуг
2008	Катякало В.С., Шемракова В.Н.	Гостиничная сеть более широкое понятие, чем гостиничная цепь, так как включает широкую группу экономических агентов, задействованных в производстве услуги
2013	Щербаков В.В., Давыдова М.К.	Устойчивая связь субъектов различной отраслевой специализации, объединенных единым производственным процессом
2014	Баджо Р., Шерешева М.Ю.	Механизм формирования бренда и стандартизированного продукта, обеспечивающего высокое качество услуги для потребителя
2016	Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е.	Группа гостиничных предприятий, выполняющих одинаковые функции, объединенные вертикальными и горизонтальными связями

Преимуществом применения организационно-экономического и предпринимательского механизма управления является прозрачность контроля, малое количество управленческих звеньев в системе, быстрота и оперативность принятия решения и их реализации. Сетевой механизм обладает возможностью развития инновационного процесса производства вследствие высокой компетенции персонала, достижение лидирующего положения на рынке гостиничных услуг по нескольким

направлениям: оптимизация и снижение издержек, контроль рыночной доли, углубленная специализация, распределение рисков.

Глобальная паника, связанная с COVID-19, может иметь серьезные последствия для путешествий. Необходимы эффективные стратегии и механизмы управления, чтобы повысить доверие путешественников и помочь бизнесу восстановиться. Устойчивость гостиничной индустрии может быть укреплена путем удовлетворения разнообразных потребитель-

ских потребностей и принятия мер по преобразованию неблагоприятных условий в благоприятные возможности. Эти усилия согласуются с прогнозируемыми тенденциями рыночного спроса, такими как здоровье путешественников, бесконтактные услуги и охрана окружающей среды. Направления деятельности гостиниц, связанные с этой пандемией и динамичным рыночным спросом, раскрывают

несколько областей, в которых следует развивать профессиональные знания. Размышляя о меняющихся ожиданиях путешественников и программах восстановления отрасли, академические круги могут внести свой вклад в развитие теории гостиничного маркетинга и менеджмента, чтобы способствовать позитивным изменениям в отраслевой практике после этой пандемии.

Таблица 2 – Сравнительный анализ механизмов управления предприятиями гостиничного бизнеса

Параметр	Организационно-экономический	Предпринимательский	Сетевой
Формальная система управления	Соответствует структуре объекта управления	Соответствует структуре объекта управления	Координационный центр
Сложность иерархии	Простая, функциональная	Простая, функциональная, матричная, проектная	Многосвязная, построенная по проектному, матричному принципу
Квалификация персонала управления	Сложно оценить	Достаточная, поскольку требует гибкости и оперативности принятия решений	Высокая, персонал обладает углубленной специализацией
Специализация производства товаров, услуг	Оптимизация производственного цикла	Усиление за счет сотрудничества на контрактной основе	Уникальная, на основе объединения ресурсов участников сети
Качество продукции, услуг	Ограничено ресурсами	Учитывает требования рынка	Возможность инновационного производства
Экономия издержек	Незначительная, так как установлена структура и цикл производства	Средняя, так как можно учитывать готовые решения рынка	Высокая, так как затраты распределены между участниками сети
Качество бизнес-процессов	Высокое, так как система контроля прозрачна	Высокое, так как система контроля прозрачна	Высокий риск рассеивания контроля за участниками сети
Сохранность коммерческой информации	Высокая, так как влияет на результаты деятельности	Высокая, так как влияет на результаты деятельности	Высокий риск недобросовестных действий участников сети
Мотивация	Высокая	Высокая	Необходимость поддержания из-за различных мотивов
Согласованность действия	Высокая, так как все процессы связаны между собой	Высокая, так как все процессы связаны между собой	Необходимость постоянных согласований
Качество управленческих решений	Сложно оценить, так как зависит от квалификации персонала управления	Достаточное, поскольку учитывает требования рынка и потенциал объекта управления	Высокое, на основе интегрированного управления, высокий риск снижения оперативности
Управление риском	Низкое, так как системные риски оказывают значительное влияние	Среднее, поскольку позволяет учитывать негативные факторы и разработать меры предупреждения	Высокое, так как риски (убытки) распределены между участниками сети

Совершенствование механизмов сетевого управления направлено на обмен опытом и приобретение новых компетенций, доступных всем участникам сети. В основе обмена опытом отметим цифровые технологии и платформы, обеспечивающие взаимодействие и проектную кооперацию. Важно, чтобы ученые критически оценивали и анализировали возможности и проблемы в каждой из этих областей. Доступность больших данных и новые методы, такие как интеллектуальный анализ текста и анализ изображений, могут привести к появлению новых подходов к сбору данных от заинтересованных сторон, особенно гостей отелей. Будущие исследования должны рассмотреть использование больших данных и аналитики в отношении искусственного интеллекта, гигиены и медицинских практик в отелях и других контекстах гостеприимства для решения текущей цифровой трансформации в отрасли.

Кроме того, предстоящие исследования

должны использовать возможности больших данных и аналитики, чтобы пролить свет на множество проблем на пересечении трех выявленных областей, а именно: искусственный интеллект и робототехника, гигиена и чистота, здоровье и здравоохранение. Поэтому было бы целесообразно изучить, как следует внедрять технологические подходы в отелях, чтобы свести к минимуму возможные сбои в обслуживании и избежать сбоев в обслуживании, которые могут поставить под угрозу лояльность гостей

Антикризисное управление нуждается в будущих исследованиях для оценки различных подходов, с помощью которых отели могли бы работать с правительственными учреждениями для разработки координационных механизмов и комплексных схем антикризисного управления. Вспышка COVID-19 нарушила функционирование отелей по всему миру, поэтому необходимы научная оценка последствий и прогнозирование.

Список источников

1. **Ахметзанов А., Клейн Е.Д.** Современные информационные технологии управления гостиницей // В сб.: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: Сб. науч. ст. XIV Междунар. науч.-практ. конф. / Под ред. О.А. Никитиной. 2018. С. 53-57.
2. **Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О.** Внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий // Научное обозрение. 2016. № 2. С.96-99.
3. **Ефремова М.В., Чкалова О.В.** Состояние региональных рынков гостиничных услуг в России // Экономический анализ: теория и практика. 2016. Т. 15. Вып. 3. С. 30–43.
4. **Стребкова Л.Н.** Возможности совершенствования качества обслуживания в малых гостиницах города Новосибирска // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 4. С. 170-182.
5. **Мысова О.С.** К вопросу об исследовании качества обслуживания потребителей в гостинице // Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. № 1. С. 144–149.
6. **Морозова Л.С., Земскова А.А.** Влияние качества обслуживания на эффективность деятельности предприятий индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т.11. №2. С. 98–110.
7. **Шахова М.С.** Гостиничный франчайзинг в России в свете развития внутреннего туризма // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т.7. №4. С. 185–189.
8. **Артюхова И.В., Хуторская В.А.** Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе// Инновационная наука. 2016. №4. С. 25–26.
9. **Баласанян С.А., Меньяйлов А.А.** Характеристика современной гостиничной индустрии в России// Инновационная наука. 2017. № 3. С. 127–129.
10. **Блиева А.А.** Современные методы управления доходами предприятий индустрии гостеприимства // Молодой ученый. 2017. № 22. С. 242–245.

11. **Бурцева Т.А., Лысова Е.А.** Особенности управления предприятиями сферы услуг // Вестник НГИЭИ. 2016. № 9(64). С. 46–53.
12. **Левченко Т.П., Корягина Е.В., Левченко К.К.** Система сбалансированных показателей как важнейший инструмент повышения эффективности управления предприятиями туристского бизнеса // Сервис в России и за рубежом. 2016. т. 10. № 9 (70). С. 58–64.
13. **Новикова И.Н.** Методы управления рисками в туристическом бизнесе // Экономические науки. 2017. № 58 (2). С. 36–42.
14. **Ahorsu D.K., Lin C.Y., Imani V., Saffari M., Griffiths M.D., Pakpour A.H.** The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation // International Journal of Mental Health and Addiction. 2020. pp. 1-9.
15. **Alan C.B., So S., Sin L.** Crisis management and recovery: How restaurants in Hong Kong responded to SARS // International Journal of Hospitality Management. 2006. Vol. 25. №1. Pp. 3-11.
16. **Choi J.** Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? // Journal of Environmental Health. 2019. Vol. 82. No. 5. Pp. 16-22.
17. **Huang M., Rust R.T.** Artificial intelligence in service // Journal of Service Research. 2018. Vol. 21. No. 2. Pp. 155-172.
18. **Hung K.K., Mark C.K., Yeung M.P., Chan E.Y., Graham C.A.** The role of the hotel industry in the response to emerging epidemics: A case study of SARS in 2003 and H1N1 swine flu in 2009 in Hong Kong // Globalization and Health. 2018. Vol. 14. No. 1. Pp. 112-117.
19. **Kuo C.M., Chen L.C., Tseng C.Y.** Investigating an innovative service with hospitality robots // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2017. Vol.29. №5. Pp. 89-97.
20. **Li J.J., Bonn M.A., Ye B.H.** Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate // Tourism Management. 2019. Vol. 73. Pp. 172-181.
21. **Mariani M.M., Baggio R., Fuchs M., Höpken W.** Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2018. Vol. 30. No. 10. Pp. 3514-3554.
22. **Tung V.W.S., Au N.** Exploring customer experiences with robotics in hospitality. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2018. Vol. 30. No. 7. Pp. 2680-2697.

References

1. **Ahmetzanov, A., & Klejn, E. D.** (2018). Sovremennye informacionnye tekhnologii upravleniya gostinicej [Modern information technologies for hotel management]. *Aktual'nye problemy razvitiya industrii gostepriimstva [Actual development problems of the hospitality industry]*: Coll. of scientific. art. XIV Int. scientific-practical conf., 53-57. (In Russ.).
2. **Britvina, V. V., Shabalina, N. V., Dusenkov, S. V., Sedenkov, S. E., & Shinkov, S. O.** (2016). Vnedrenie innovacij dlya povysheniya konkurentosposobnosti gostinichnyh predpriyatij [Introducing innovations to improve the competitiveness of hospitality businesses]. *Nauchnoe obozrenie [Scientific Review]*, 2, 96-99. (In Russ.).
3. **Efremova, M. V., & Chkalova, O. V.** (2016). The state of the regional markets of hotel services in Russia [Sostoyanie regional'nyh rynkov gostinichnyh uslug v Rossii]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: theory and practice]*, 15(3), 30–43. (In Russ.).
4. **Strebkova, L. N.** (2017). Vozmozhnosti sovershenstvovaniya kachestva obsluzhivaniya v malyh gostinichah goroda Novosibirsk [Opportunities for improving the quality of service in small hotels in the city of Novosibirsk]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 11(4), 170-182. (In Russ.).
5. **Mysova, O. S.** (2016). K voprosu ob issledovanii kachestva obsluzhivaniya potrebitel'ev v gostinice [On the study of the quality of customer service in a hotel]. *Sovremennye fundamental'nye i prikladnye issledovaniya [Modern fundamental and applied research]*, 1, 144–149. (In Russ.).

6. **Morozova, L. S., & Zemskova, A. A.** (2017). Vliyanie kachestva obsluzhivaniya na effektivnost' deyatelnosti predpriyatij industrii gostepriimstva [Influence of service quality on the efficiency of the hospitality industry enterprises]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 11(2), 98–110. (In Russ.).
7. **Shahova, M. S.** (2016). Gostinichnyj franchajzing v Rossii v svete razvitiya vnutrennego turizma [Hotel franchising in Russia in the light of the development of domestic tourism]. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitiye) [MIR (Modernization. Innovation. Development)]*, 7(4), 185–189. (In Russ.).
8. **Artyuhova, I. V., & Hutorskaya, V. A.** (2016). Upravlenie faktorami sezonnosti v gostinichnom biznese [Management of seasonal factors in the hotel business]. *Innovatsionnaya nauka [Innovative Science]*, 4, 25–26. (In Russ.).
9. **Balasanjan, S. A., & Menyajlov, A. A.** (2017). Harakteristika sovremennoj gostinichnoj industrii v Rossii [Characteristics of the modern hotel industry in Russia]. *Innovatsionnaya nauka [Innovative Science]*, 3, 127–129. (In Russ.).
10. **Blieva, A. A.** (2017). Sovremennyye metody upravleniya dohodami predpriyatij industrii gostepriimstva [Modern methods of managing the income of enterprises in the hospitality industry]. *Molodoj uchenyj [Young scientist]*, 22, 242–245. (In Russ.).
11. **Burceva, T. A., & Lysova, E. A.** (2016). Osobennosti upravleniya predpriyatiyami sfery uslug [Features of management of enterprises in the service sector]. *Vestnik NGIEI [Bulletin of NGIEI]*, 9(64), 46–53. (In Russ.).
12. **Levchenko, T. P., Koryagina E. V., & Levchenko, K. K.** (2016). Sistema sbalansirovannykh pokazatelej kak vazhnejshij instrument povysheniya effektivnosti upravleniya predpriyatiyami turistskogo biznesa [Balanced Scorecard as the Most Important Tool for Improving the Management Efficiency of Tourism Business Enterprises]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 10(9/70), 58–64. (In Russ.).
13. **Novikova, I. N.** (2017). Metody upravleniya riskami v turistscheskom biznese [Risk management methods in the tourism business]. *Ekonomicheskie nauki [Economic Sciences]*, 58(2), 36–42. (In Russ.).
14. **Ahorsu, D. K., Lin, C.Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H.** (2020). The fear of COVID-19 scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-9.
15. **Alan, C. B., So, S., & Sin, L.** (2006). Crisis management and recovery: How restaurants in Hong Kong responded to SARS. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 3-11.
16. **Choi, J.** (2019). Is cleanliness really a reason for consumers to revisit a hotel? *Journal of Environmental Health*, 82(5), 16-22.
17. **Huang, M., & Rust, R. T.** (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155-172.
18. **Hung, K. K., Mark, C. K., Yeung, M. P., Chan, E. Y., & Graham, C. A.** (2018). The role of the hotel industry in the response to emerging epidemics: A case study of SARS in 2003 and H1N1 swine flu in 2009 in Hong Kong. *Globalization and Health*, 14(1), 112-117.
19. **Kuo, C. M., Chen, L. C., & Tseng, C. Y.** (2017). Investigating an innovative service with hospitality robots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 89-97.
20. **Li, J. J., Bonn, M. A., & Ye, B. H.** (2019). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. *Tourism Management*, 73, 172-181.
21. **Mariani, M. M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höpken, W.** (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(10), 3514-3554.
22. **Tung, V. W. S., & Au, N.** (2018). Exploring customer experiences with robotics in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(7), 2680-2697.

ПАВЛЕНКО Ирина Геннадьевна

*Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского (Симферополь, Респ. Крым, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; 11irin@rambler.ru*

КИРЕЕВА Марина Михайловна

*Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова (Иваново, РФ)
старший преподаватель; marinka_435@mail.ru*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАЛЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Статья посвящена определению сущности, роли и структуры ресурсного потенциала в индустрии гостеприимства. В статье проанализированы различные взгляды на ресурсный потенциал средств размещения, определены основные подходы к его трактовке, в том числе ресурсный, структурный, структурно-ресурсный, результативный. Отмечено, что наибольшее число работ сосредоточено на определении основных видов потенциалов в структуре ресурсного потенциала, а также на разработке мер по повышению эффективности использования ресурсного потенциала предприятий индустрии гостеприимства. Кроме того, предложена авторская точка зрения на совокупный ресурсный потенциал малых средств размещения, который включает следующие элементы: имущество и материальный потенциал, финансовые активы и финансовый потенциал, трудовые ресурсы и трудовой потенциал, нематериальные активы и культурный потенциал, предпринимательские способности и предпринимательский потенциал, производственный и потребительский потенциал. Результаты проведенного анализа подтверждают роль ресурсного потенциала в индустрии гостеприимства и экономике страны, т.к. в последние десятилетия оздоровление человека, полноценное восстановление его сил становится одной из важнейших стратегических задач общества. В результате деятельность средств размещения в целом и малых средств размещения в частности становится важным элементом как региональной, так и национальной экономики.

Ключевые слова: *ресурсный потенциал, малые средства размещения, структуризация, сфера услуг, экономическая категория*

Для цитирования: Павленко И.Г., Киреева М.М. Теоретические подходы к определению ресурсного потенциала малых средств размещения // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 105-113. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10409.

Дата поступления в редакцию: 20 сентября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 28 октября 2020 г.

UDC 338.482

DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10409

Irina G. PAVLENKO

*V. I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol, Rep. of Crimea, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: 11irin@rambler.ru*

Marina M. KIREEVA

*Ivanovo branch of the PRUE G. V. Plekhanov (Ivanovo, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: marinka_435@mail.ru*

THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINING THE RESOURCE POTENTIAL OF SMALL FACILITIES

Abstract. *The article is devoted to the definition of the essence, role and structure of resource potential in the hospitality industry. The article analyzes various views on the resource potential of accommodation facilities, identifies the main approaches to its interpretation, including resource, structural, structural and resource, and effective. It is noted that the largest number of works is focused on identifying the main types of potentials in the structure of resource potential, as well as on developing measures to improve the efficiency of using the resource potential of enterprises in the hospitality industry. In addition, the author's point of view on the total resource potential of small accommodation facilities is proposed, which includes the following elements: property and material potential, financial assets and financial potential, labor resources and labor potential, intangible assets and cultural potential, entrepreneurial abilities and entrepreneurial potential, production and consumer potential. The results of the analysis confirm the huge role of resource potential in the hospitality industry and the country's economy, since in recent decades, "health improvement of a person, full restoration of his strength ... has become one of the most important strategic tasks of society". As a result, the activity of accommodation facilities in general and small accommodation facilities in particular becomes an important element of both regional and national economies.*

Keywords: *resource potential, small accommodation facilities, structuring, service sector, economic category.*

Citation: Pavlenko, I. G., & Kireeva, M. M. (2020). Theoretical approaches to determining the resource potential of small facilities. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 105-113. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10409.

Article History

Received 20 September 2020
Accepted 28 October 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение. Основным условием успешного ведения предпринимательской деятельности и эффективной реализации на практике производственной функции малых предприятий является рациональное использование всех имеющихся у них ресурсов. Стратегической задачей при этом является выявление невостребованных ресурсов и дальнейшее их включение в процессы развития предприятий и экономики. Вовлечение в экономику все большего числа трудовых, финансовых и других ресурсов является неотъемлемой частью развития экономики страны в целом и отдельных регионов в частности.

Малые средства размещения (далее МСР) выступают одним из основных субъектов хозяйственной деятельности в индустрии гостеприимства во многих регионах России. Задачами МСР являются мобилизация имеющихся ресурсов и соотношение ресурсов с возможностями их реализации в сложившейся рыночной среде. От наличия или отсутствия тех или иных ресурсов будет зависеть эффективность функционирования МСР. В этой связи исследование их ресурсов и ресурсного потенциала чрезвычайно актуально.

Категория «ресурсы» является одним из базовых понятий в современной экономической науке, ресурсы определяют потенциальные возможности общественного производства, направления его развития, удовлетворения потребностей общества. Неслучайно, прежде чем что-либо производить встает проблема – из чего производить [4, с. 86].

«Ресурсы – это фактор создания материальных благ» [4, с. 87], а потенциал – «это сила или возможность, которая уже порождена, но существует в скрытом, неявном виде и проявляется только при определенных условиях» [12]. Ресурсы лежат в основе любого потенциала, это взаимозависимые понятия.

Термин «ресурсный потенциал» используется применительно к таким объектам как предприятие, отрасль, территория, экономика в целом. В этих областях исследования опубликовано достаточно много работ отечественных

и зарубежных авторов [2, 8, 13, 14]. При этом выделяют различные виды ресурсного потенциала, например, «рекреационный потенциал, который со стороны исследователей имеет неоднозначную трактовку и представляет собой ресурсные возможности на основе их количества и качества в обеспечении рекреации» [16, с. 33], «экономический потенциал, под которым понимается совокупность предметов и орудий труда, научно-технические достижения, трудовые ресурсы, производственный опыт как возможность оптимального увеличения производства или реализации» [16, с. 33] и т.д. Ресурсный потенциал МСР как экономическая категория изучен недостаточно, не сложился единый подход к ее определению.

Ученые применяют различные подходы к исследованию ресурсного потенциала средств размещения. Наиболее часто встречающийся подход к исследованию ресурсного потенциала средств размещения заключается в структуризации его компонентов и их оценке [16].

Существует также два подхода при раскрытии сущности понятия ресурсный потенциал гостиничного предприятия – ресурсный и результативный. Ресурсный подход говорит о том, что именно эффективное использование ресурсов, в зависимости от стратегических целей и уровня управления, способствует увеличению размера потенциала гостиничного предприятия. При использовании результативного подхода акцент делается не на ресурсы, а на возможности их оптимального использования. При применении данного подхода рассматриваются не уже имеющиеся в наличии ресурсы гостиницы, а ее возможности на рынке [10, с. 625].

Многие авторы предлагают различные меры по повышению эффективности управления ресурсным потенциалом предприятий сферы гостеприимства в условиях высоко конкурентного рынка [7, 11], а также способы применения инновационных технологий в развитии ресурсного потенциал гостиничных предприятий [10].

Ряд авторов, например, Ананьев А.Н.,

Леонова В.П., Нетребин Ю.Ю., разрабатывают подход к классификации коллективных средств размещения (далее КСР) с точки зрения структуры их ресурсного потенциала, обозначив вид КСР в качестве ресурсной категории, определяемой по различной доли прибыли в общей выручке от оказываемых услуг и сочетания различного объема ресурсов в структуре ресурсного потенциала [1, с. 98].

Горяинов К.С. предложил программу формирования ресурсного потенциала гостиницы, отталкиваясь от которой гостиница может создать для себя идеальную модель ресурсного потенциала, учитывающую

возможности, условия и ограничения использования ресурсного потенциала, состоящего из таких элементов как персонал, материально-техническая база, информационные, интеллектуальные, административные, корпоративные и маркетинговые ресурсы [6, с. 7].

В табл. 1 представлены трактовки категории «ресурсный потенциал» применительно к индустрии гостеприимства.

Таким образом, ресурсный потенциал МСР охватывает доступные средства, возможности и источники, которые можно использовать в деятельности для оказания услуг и достижения экономической эффективности.

Таблица 1 – Трактовки категории «ресурсный потенциал» применительно к индустрии гостеприимства

Автор	Категория	Трактовка
Горяинов К.С. [6]	Ресурсный потенциал гостиницы	совокупность имеющихся ресурсов, использование которых согласовано между собой и направлено на достижение заданных уровней экономической эффективности по каждому виду ресурсов
Герасимова Е.А., Шатрова А.П. [5]	Ресурсный потенциал предприятия рынка гостиничных услуг	возможности использования совокупности ресурсов и услуг организации на основе позитивных изменений ключевых компетенций менеджмента, отражающих резервы приращенных способностей по росту рыночной стоимости бизнеса как характеристики результата управления
Даоод Р.И. [7]	Ресурсный потенциал	система ресурсов и возможностей гостиничного предприятия, ориентированная на максимальное достижение целей гостиничного предприятия. Структурирование ресурсного потенциала зависит от особенностей решаемых предприятием задач, которое заинтересовано в эффективном использовании потенциала
Булганина С.В., Лебедева Т.Е., Варивода Т.С. [3]	Ресурсный потенциал гостиницы	формируется на основании имущественно-хозяйственного комплекса, включающего различные функциональные и территориальные блоки

Методы исследования. В процессе исследования теоретических подходов к определению ресурсного потенциала МСР использовались следующие общенаучные методы: описание, анализ, диалектика, синтез, графический метод, комплексность и системность.

Результаты исследования. Анализ литературы позволил сделать вывод, что ресурсный потенциал МСР включает несколько элементов:

1) недвижимость (земельный участок, здания и сооружения), финансовые активы, имущество (предметы длительного пользова-

ния), капитальные активы (техника и машины производственного назначения, оборудование и инструменты)». Эти элементы образуют доходно-имущественный потенциал МСР;

2) профессиональная компетентность сотрудников (экономическая, правовая и организационно-управленческая культура), стратегическое мышление (умение генерировать идеи и принимать решения), предприимчивость (оценка рисков, практичность, инициативность, деловая активность), моральные качества (духовный потенциал, этика поведения в обществе и бизнесе), организаторские

способности (коммуникабельность, умение организовывать коллективную деятельность), социальная культура (общая социальная культура, умение учитывать интересы общества и коллектива), работоспособность (физиологический и эмоционально-волевой потенциал) формируют предпринимательский потенциал МСР;

3) знания сотрудников по эстетике и этике, культуре одежды, традициям, обычаям,

умения и навыки являются элементами культурного потенциала МСР.

Таким образом, в структуре ресурсного потенциала малых средств размещения можно выделить три основных элемента – доходно-имущественный потенциал, предпринимательский потенциал и культурный потенциал (рис. 1) и обозначить данный подход как структурно-ресурсный.



Рис. 1 – Структурно-ресурсный подход к определению ресурсного потенциала малых средств размещения: первая точка зрения

Ресурсный потенциал МСР также можно охарактеризовать и как совокупность следующих элементов:

– трудовой потенциал (трудовые ресурсы МСР, состояние здоровья, обладание комплексом знаний, определенные умственные способности сотрудников);

– производственный потенциал (возможность производить услуги);

– потребительский потенциал (ориентация МСР на количественный и качественный

рост потребностей, инвестиционный характер потребления);

– финансовый потенциал (рациональное поведение, то есть соотнесение выгод и издержек, инвестиций, способность формирования и выбора собственного портфеля финансовых активов и т.д.) (рис. 2).

Систематизировав подходы, представим авторский подход к совокупному ресурсному потенциалу МСР на рис. 3.



Рис. 2 – Структурно-ресурсный подход к определению ресурсного потенциала малых средств размещения: вторая точка зрения



*Рис. 3 – Структурно-ресурсный подход к определению **совокупного** ресурсного потенциала малых средств размещения*

Таким образом, можно сделать вывод, что МСР как самостоятельные хозяйствующие субъекты располагают определенным набором ресурсов, а также ресурсным потенциалом, который может быть реализован при осуществлении предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность МСР в современных условиях играет важную роль в экономиках многих государств. Это связано в первую очередь с тем, что сфера гостеприимства менее затратная по сравнению с материальным производством, требует меньшее количество финансовых и иных ресурсов, позволяет получить прибыль в ближайшей перспективе, что так необходимо малым предприятиям [9, с. 36].

В последние десятилетия в условиях трансформации экономики решение многих социальных и экономических проблем смещается на региональный уровень, ... а оздоровление человека, полноценное восстановление его сил ... становится одной из важнейших стратегических задач общества» [17, с. 5]. В результате деятельность средств размещения в целом и малых средств размещения в частности становится важным элементом как региональной, так и национальной экономики.

Выводы. В соответствии с логикой исследования сделаем ряд выводов.

Ресурсный потенциал МСР охватывает доступные средства, возможности и источники, которые можно использовать в предпринимательской деятельности для оказания услуг и получения максимального экономического эффекта. Ресурсный потенциал МСР можно рассматривать с точки зрения выделения в его структуре таких элементов как доходно-имущественный, предпринимательский и культурный потенциал, а с другой точки зрения – как совокупность трудового, производственного, потребительского и финансового потенциала. В рамках данного исследования предлагается к рассмотрению совокупный ресурсный потенциал МСР, который объединяет обе точки зрения и включает имущество и материальный потенциал, финансовые активы и финансовый потенциал, трудовые ресурсы и трудовой потенциал, нематериальные активы и культурный потенциал, предпринимательские способности и предпринимательский потенциал, производственный и потребительский потенциал. Таким образом, ресурсный потенциал МСР представляет собой сложную иерархию и включает множество компонентов.

Список источников

1. **Ананьев А.Н., Леонова В.П., Нетребин Ю.Ю.** Исследование характеристик ресурсного потенциала коллективных средств размещения Московской области // Сервис в России и за рубежом. 2012. №3(30). С. 92-101.
2. **Бердникова Л.Ф.** Ресурсный потенциал организации: понятие и структура // Вектор науки ТГУ. 2012. №1. С. 201–203.
3. **Булганина С.В., Лебедева Т.Е., Варивода Т.С.** Создание ресурсной базы расширения сектора гостиничных услуг в регионе // Вестник Мининского университета, 2014. №4.
4. **Вострова А.П., Киреева М.М.** Эволюция взглядов на структуру ресурсов и факторов производства: исторический аспект // Экономика и предпринимательство. 2017. №12-2 (89). С. 86-90.
5. **Герасимова Е.А., Шатрова А.П.** Управление ресурсным потенциалом предприятий рынка гостиничных услуг // Проблемы современной экономики. 2015. №3(55). С. 332-336.
6. **Горяинов К.С.** Повышение эффективности использования ресурсного потенциала гостиницы в российских условиях: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2013. 27 с.
7. **Даоод Р.И.** Управление ресурсным потенциалом предприятий сферы услуг гостеприимства: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2013. 23 с.
8. **Дубровский В.В.** Основные ресурсные потенциалы и их роль в устойчивом экономическом развитии инновационной деятельности // Бизнес в законе. 2013. №5. С. 268–271.

9. **Киреева М.М., Вострова А.П.** Адаптационное поведение домашних хозяйств в рыночной экономике // Экономика и менеджмент систем управления. 2018. №1(27). С. 31-39.
10. **Макринова Е.И., Авилова Н.А., Ушаков Р.Н.** Роль и место инновационных технологий в развитии ресурсного потенциал гостиничных предприятий // Фундаментальные исследования. 2016. №4-3. С. 624-628.
11. **Нетребин Ю.Ю.** Методические аспекты повышения эффективности использования ресурсного потенциал коллективных средств размещения (на примере Московской области): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2013. 25 с.
12. **Попов Е.В., Семячков К.А.** Оценка готовности отраслей РФ к формированию цифровой экономики // Инновации. 2017. №4 (222). С. 37–41.
13. **Романов А.П., Губанов М.Н.** Экономический потенциал предприятия и его связи с ресурсным и производственными потенциалами // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2010. №7–9 (30). С. 223–229.
14. **Терещенко С.И.** Оценка ресурсного потенциала предприятия: методологический аспект // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2014. №01-02. С. 28–32.
15. **Цёхла С.Ю., Павленко И.Г., Букреев И.А.** Стратегическое планирование развития предпринимательской деятельности в рекреационной сфере Республики Крым: Монография. Орел: ОрелГУЭТ, 2020. 183 с.
16. **Шатрова А.П.** Алгоритм внедрения методики оценки ресурсного потенциала предприятия сферы услуг // Проблемы современной экономики. 2009. № 3. С. 393.
17. **Яковлева-Чернышова А.Ю.** Кластерный подход к управлению развитием предпринимательских структур в рекреационной системе М.: ИНФРА-М, 2011. 208 с.

References

1. **Anan'ev, A. N., Leonova, V. P., Netrebina, Yu. Yu.** (2012). Study of the characteristics of the resource potential of collective accommodation facilities in the Moscow region [Issledovanie harakteristik resursnogo potenciala kollektivnyh sredstv razmeshhenija Moskovskoj oblasti]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 3(30), 92-101.
2. **Berdnikova, L. F.** (2012). Resursnyj potencial organizacii: ponjatie i struktura [Resource potential of the organization: concept and structure]. *Vektor nauki TGU [Vector of Science TSU]*, 1, 201–203. (In Russ).
3. **Bulganina, S. V., Lebedeva, T. E., & Varivoda, T. S.** (2014). Sozdanie resursnoj bazy rasshirenija sektora gostinichnyh uslug v regione [Creating a resource base for expanding the hotel services sector in the region]. *Vestnik Mininskogo universiteta [Minin University Bulletin]*, 4. (In Russ).
4. **Vostrova, A. P., & Kireeva, M. M.** (2017). Evoljucija vzgljadov na strukturu resursov i faktorov proizvodstva: istoricheskij aspekt [Evolution of views on the structure of resources and factors of production: a historical aspect]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economy and entrepreneurship]*, 12-2 (89), 86-90. (In Russ).
5. **Gerasimova, E. A., & Shatrova, A. P.** (2015). Upravlenie resursnym potencialom predpriyatij rynka gostinichnyh uslug [Management of the resource potential of the enterprises of the hotel services market]. *Problemy sovremennoj ekonomiki [Problems of the modern economy]*, 3 (55), 332-336. (In Russ).
6. **Gorjainov, K. S.** (2013). *Povyshenie effektivnosti ispol'zovaniya resursnogo potenciala gostinicy v rossijskikh uslovijah [Improving the efficiency of using the resource potential of the hotel in Russian conditions]*: Cand. econom. sciences thesis: 08.00.05. Moscow. (In Russ).
7. **Daood, R. I.** (2013). Upravlenie resursnym potencialom predpriyatij sfery uslug gostepriimstva [Enterprise resource potential management]: Cand. econom. sciences thesis: 08.00.05 Moscow. (In Russ).

8. **Dubrovskiy, V. V.** (2013). Osnovnye resursnye potentsialy i ih rol' v ustojchivom jekonomich-eskom razvitii innovacionnoj dejatel'nosti [Main resource potentials and their role in sustainable economic development of innovative activity]. *Biznes v zakone [Business in law]*, 5, 268–271. (In Russ).
9. **Kireeva, M. M., & Vostrova, A. P.** (2018). Adaptacionnoe povedenie domashnih hozjajstv v rynochnoj ekonomike [Adaptive behavior of households in a market economy]. *Ekonomika i menedzhment sistem upravlenija [Economics and management of control systems]*, 1(27), 31–39. (In Russ).
10. **Makrinova, E. I., Avilova, N. A., & Ushakov, R. N.** (2016). Rol' i mesto innovacionnyh tehnologij v razvitii resursnogo potenciala gostinichnyh predpriyatij [The role and place of innovative technologies in the development of the resource potential of hotel enterprises]. *Fundamental'nye issledovanija [Fundamental research]*, 4-3, 624–628. (In Russ).
11. **Netrebin, Yu. Yu.** (2013). *Metodicheskie aspekty povyshenija jeffektivnosti ispol'zovanija resursnogo potenciala kollektivnyh sredstv razmeshhenija (na primere Moskovskoj oblasti) [Methodological aspects of increasing the efficiency of using the resource potential of collective accommodation facilities (the example of Moscow region)]*: Cand. econom. sciences thesis: 08.00.05. Moscow. (In Russ).
12. **Popov, E. V., & Semjachkov, K. A.** (2017). Ocenka gotovnosti otraslej RF k formirovaniju cifrovoj ekonomiki [Assessment of the readiness of Russian industries for the formation of the digital economy]. *Innovacii [Innovation]*, 4 (222), 37–41. (In Russ).
13. **Romanov, A. P., & Gubanov, M. N.** (2010). Ekonomicheskij potencial predpriyatija i ego svjazi s resursnym i proizvodstvennymi potencialami [The economic potential of the enterprise and its relationship with resource and production potential]. *Voprosy sovremennoj nauki i praktiki. Universitet im. V. I. Vernadskogo [Questions of modern science and practice. University named after V. I. Vernadsky]*, 7–9 (30), 223–229. (In Russ).
14. **Tereshhenko, S. I.** (2014). Ocenka resursnogo potenciala predpriyatija: metodologicheskij aspekt [Assessment of the resource potential of the enterprise: methodological aspect]. *Sovremennaja nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Serija: Ekonomika i pravo [Modern science: topical problems of theory and practice. Series: Economics and Law]*, 01-02, 28–32. (In Russ).
15. **Cyohla, S. Yu., Pavlenko, I. G., & Bukreev, I. A.** (2020). *Strategicheskoe planirovanie razvitiya predprinimatelskoj deyatel'nosti v rekreacionnoj sfere Respubliki Krym: monografiya [Strategic planning for the development of entrepreneurial activity in the recreational sphere of the Republic of Crimea]*: a monograph. Orel: OrelGUET.
16. **Shatrova, A. P.** (2009). Algoritm vnedrenija metodiki ocenki resursnogo potenciala predpriyatija sfery uslug [Algorithm for introducing a methodology for assessing the resource potential of an enterprise in the service sector]. *Problemy sovremennoj ekonomiki [Problems of modern economics]*, 3, 393. (In Russ).
17. **Yakovleva-Chernyshova, A. Yu.** (2011). *Klasternyj podhod k upravleniju razvitiem predprinimatel'skih struktur v rekreacionnoj sisteme [Cluster approach to managing the development of entrepreneurial structures in the recreational system]*. Moscow: INFRA-M. (In Russ).

КАМШЕЧКО Мария Викторовна

*Российский государственный гуманитарный университет (Москва, РФ)
старший преподаватель; firpmarket@mail.ru*

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 43.03.03 «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»

В статье рассматриваются вопросы организации проектной деятельности как обязательной части образовательного процесса студентов вузов направления подготовки «Гостиничное дело». Автором проведен анализ существующих практик внедрения проектной деятельности в разных вузах России, рассматривается комплекс элементов проектной деятельности, взаимосвязь проектной и научно-исследовательской деятельности. Особое внимание уделяется деятельности студенческих лабораторий и центров, осуществляющих проекты разных уровней. В статье автор рассматривает проектную деятельность как необходимое условие формирования профессиональных компетенции, а также повышения качества современного образовательного процесса. Теоретическим обоснованием исследования явились определения проекта и проектной деятельности в трудах современных авторов, эмпирическим обоснованием исследования явились действующие научные лаборатории и центры в российских вузах, а также существующие образовательные и профессиональные стандарты высшего образования в Российской Федерации. Возможности самореализации студентов в проектной деятельности направлено на развитие общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, вовлечения студентов в учебный процесс, понимание правильности выбора ими будущей профессии. В статье автор делает вывод о интегрировании проектной деятельности в учебные планы практико-ориентированных направлений подготовки. Рассмотрены этапы осуществления проекта и критерии его оценки и эффективности. В качестве примера автор приводит работу конкретной научно-студенческой лаборатории «Клуб молодого отельера РГГУ», действующего на базе кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства Российского государственного гуманитарного университета (г. Москва). Автор выявляет необходимость умения проектирования студентов в процессе подготовки специалистов для индустрии гостеприимства и туризма.

Ключевые слова: *проектная деятельность студентов, проект, научно-исследовательская деятельность, качество образования, студенческая научно-практическая лаборатория, «Клуб молодого отельера РГГУ», образовательный тур, гостиничная деятельность.*

Для цитирования: Камшечко М.В. Проектная деятельность как обязательная часть образовательного процесса студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 114-122. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10410.

Дата поступления в редакцию: 20 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 22 ноября 2020 г.

Maria V. KAMSHECHKO

Russian State University for the Humanities (Moscow, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: fippmarket@mail.ru

PROJECT ACTIVITY AS A REQUIRED PART OF THE EDUCATIONAL PROCESS OF STUDENTS IN THE AREA OF PREPARATION 43.03.03 «HOTEL BUSINESS»

Abstract. The article deals with the organization of project activities as a mandatory part of the educational process of university students in the direction of preparation "Hotel business". The author analyzes the existing practices of introducing project activities in various universities of Russia, considers a set of elements of project activities, the relationship of project and research activities. Special attention is paid to the activities of student laboratories and centers implementing projects at different levels. In the article, the author considers project activity as a necessary condition for the formation of professional competencies, as well as improving the quality of the modern educational process. The theoretical justification of the study was the definitions of the project and project activity in the works of modern authors, the empirical justification of the study was the existing scientific laboratories and centers in Russian universities, as well as the existing educational and professional standards of higher education in the Russian Federation. Opportunities for students' self-realization in project activities are aimed at developing general cultural, professional and professional competencies, involving students in the educational process, understanding the correctness of their choice of a future profession. In the article, the author concludes that project activities are integrated into the curricula of practical areas of training. The stages of the project implementation and criteria for its evaluation and effectiveness are considered. As an example, the author cites the work of a specific scientific and student laboratory "Club of the Young Hotelier of the Russian State Humanitarian University", operating on the basis of the Department of Public Relations, Tourism and Hospitality of the Russian State University for the Humanities (Moscow). The author identifies the need for student design skills in the process of training specialists for the hospitality and tourism industry.

Keywords: project activities of students, project, research activities, quality of education, student scientific and practical laboratory, "Young Hotelier Club of the Russian State Humanitarian University," educational tour, hotel activity.

Citation: Kamshechko, M. V. (2020). Project activity as a required part of the educational process of students in the area of preparation 43.03.03 «Hotel business». *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 114-122. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10410.

Article History

Received 20 October 2020

Accepted 22 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Будущие специалисты индустрии гостеприимства формируются уже сегодня. Современные реалии под влиянием пандемии COVID19 во многом изменили не только традиционные формы образования, но и внесли существенные коррективы в области применения новых технологий к организации самого процесса обучения ВУЗов, а также требования, предъявляемые к выпускникам работодателями.

Интеграция инновационных технологий в сферу услуг трансформировали требования, необходимы для успешного трудоустройства в будущем. Самыми востребованными качествами выпускников вузов считаются умение работать в команде, целеустремленность, готовность к быстрым изменениям в профессиональной парадигме, креативность мышления. В последние годы системе высшего профессионального образования происходит процесс модернизации и внедрения новых методов и подходов к организации учебного процесса. Это связано в первую очередь с появлением новых секторов экономики, требующих применения новейших технологий. Соответственно, в программы университетов всего мира добавляются новые дисциплины и модули, которые формируются в соответствии с потребностью профессионального рынка труда.

Профессиональный модуль рабочих учебных программы дисциплин содержатся требования, предъявляемые к уровню профессиональных и личностных критериев выпускников российских ВУЗов.

Проектная деятельность используется также для овладения основными видами профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями.

Внедрение современных методов освоения проектных навыков и культуры проектной работы в ВУЗах является наиважнейшей задачей и является одним из приоритетных направлений всей системы образования, что позволяет более качественно подготавливать

будущих специалистов любой отрасли экономики.

Если рассматривать проектную деятельность в формате формирования компетенций, то нужно отметить, что обязательным элементом ее организации является сочетание инноваций и научных исследований.

В современные исследования понятие «Проектная деятельность определяется по-разному. Например, в трудах Закировой Т.И.: «Проектная деятельность предполагает сочетание двух видов деятельности: проектной и исследовательской. При этом данные виды деятельности имеют различия, которые в первую очередь связаны с целью и конечным результатом. Основной целью проектной деятельности является реализация концепции – ведущего замысла проекта» [2].

Проектно-лабораторная деятельность объединяет в себе разные уровни и элементы обучения.

Колесникова И.А и Султанова Л.Ф. в своих исследованиях [4, 10] выделяют такое понятие, как «многослойность» результата любой проектной деятельности, носящие предметный, деятельностный, личностный, коммуникативный характер.

Понятия «проектная деятельность» рассмотрен с точки зрения психологии и педагогики в также работах Сазановой А.В. [9].

Навыки проектирования студентов в процессе обучения в вузе – это целый комплекс применения профессиональных и личностных компетенций.

Двухуровневая система образования в России (бакалавриат и магистратура) позволяет вовлекать в проектную деятельность студентов с на всех этапах их обучения и определяет преемственность получения знаний. Процесс реализации проекта предполагает постоянное вовлечение студентов в научные мероприятия: конференциях и форумах с докладами перед студенческой и научной аудиторией, написанием статей, участие в профильных студенческих олимпиадах, работа в научно-практических лабораториях и т.д. Все

это направлено на формирование общекультурных, личностных и профессиональных компетенций и получать необходимые навыки в сфере проектирования.

Научно-практические студенческие лаборатории и центры существуют уже во многих российских вузах.

Подтверждением тому и прекрасным примером является учебное пособие «Проектное обучение. Практики внедрения в университетах» [8], изданный в 2018 г. Высшей школой экономики совместно с Фондом нового «Сколково» и Открытым российским университетом Сколково, являющееся сборником трудов преподавателей разных вузов России по применению проектного образования. В пособии рассматриваются возможности «внедрения проектного обучения в университетах для решения широкого спектра задач – от развития практических навыков учащихся до интеграции бизнес-задач развивающихся компаний регионов в деятельность университетов». В данном учебном пособии представлены концепции и практики проектных центров университета «МИСиС», Высшей школы экономики, Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий и других. В издании также представлены механизмы для интегрирования проектного обучения в вузах, которые повлекли за собой различные внутриуниверситетские изменения: кадровые, управленческие, технологические, коммуникационные. Эти изменения потребовали также переподготовку преподавательского состава. Авторы рассматривают проектную деятельность и опираются в основном на подготовку технических специалистов.

Но существуют некоторые особенности в формате проектной деятельности при обучении студентов практико-ориентируемых сервисных направлений подготовки, в частности направления подготовки «Гостиничное дело».

В рамках реализации ФГОС ВО 3++ [1] проектная деятельность студентов становится важной необходимой частью развития обра-

зования российских и зарубежных ВУЗов. Этот новейший стандарт стал основой для разработки и составления рабочих программ дисциплин с учетом направленности и профиля образовательных программ.

Из направленности формируются компетенции обучающихся, а также индикаторы достижения компетенций.

ФГОС ВО 3++ направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»¹ четко определяет универсальные компетенции выпускника и общепрофессиональные компетенции выпускника каждого направления, необходимые для формирования в процессе обучения в высших учебных заведениях и в дальнейшем применимые к специалистам отрасли.

Профессиональные компетенции выпускника определяются каждым ВУЗом самостоятельно, на основании профессиональных стандартов, разработанных Министерством труда Российской Федерации.

В характеристике профессиональной деятельности выпускников выделяются основные пункты университетской подготовки, такие как: область профессиональной, объекты профессиональной деятельности и виды профессиональной деятельности.

Проектная деятельность в обязательном соединении с научно-исследовательской деятельностью и организационно-управленческой деятельностью как раз и составляет междисциплинарный практико-ориентируемый комплекс необходимых профессиональных компетенций для выпускников университетов.

Проектная деятельность студентов является одним из видов самореализации студентов в период освоения учебного плана образовательной программы бакалавриата, а также является особым видом учебной деятельности.

¹ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению 43.03.03 Гостиничное дело. URL: [https://mosgu.ru/sveden/files/43.03.03_Gostinichnoe_delo_Aktualizirovannyy_FGOS_VO_\(3++\).pdf](https://mosgu.ru/sveden/files/43.03.03_Gostinichnoe_delo_Aktualizirovannyy_FGOS_VO_(3++).pdf)

- Проектная деятельность в рабочих программах включена в блок **профессиональные компетенции** и характеризуется готовностью:
 - к освоению теоретических основ проектирования функциональных процессов гостиниц и других средств размещения на основе применения современных технологий и методов проектирования (ПК-12);
 - самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя (ПК-13);
 - к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности (ПК-14);
- организационно-управленческая деятельность характеризуется:
 - владением навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения (ПК-3);
 - анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы (ПК-4);
 - способностью контролировать выполнение технологических процессов и должностных инструкций в гостиничной деятельности, готовность к организации работ по подтверждению соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения (ПК-5);
- научно-исследовательская деятельность характеризуется готовностью:
 - использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг (ПК-9);
 - к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-10);
 - к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей (ПК-11).

Одним из элементов структуры четырехлетнего учебного плана многих профильных вузов, осуществляющих подготовку по направлению «Гостиничное дело», «Сервис» и «Туризм», является блок «Практика», «Проектная деятельность» и «Научно-исследовательская работа». В данный блок включены такие виды учебной работы, как: производственная и преддипломная практика на гостиничных предприятиях, научно-исследовательские или специальные профессиональные семинары, круглые столы, мастер-классы, конференции и форумы, профтренинги, проектирование деятельности, межвузовские российские и международные олимпиады, курсовые работы, выпускная квалификационная работа.

Рассмотрим основные этапы и технологии организации проектной работы в РГГУ применительно к будущим специалистам индустрии гостеприимства.

Парадигма соответствующих профессиональных компетенций выстраивается по принципу: ЗНАТЬ – УМЕТЬ – ВЛАДЕТЬ.

Теоретические знания и умения получают студентами в период обучения в вузе в процессе освоения учебных дисциплин. Учебные планы тоже претерпевают в последнее время большие трансформации в части увеличения зачетных единиц на практические модули, связанные с прохождением производственных практик студентов и проектную деятельность.

Практики на гостиничных предприятиях и, безусловно, являются наилучшим критерием закрепления качественных результатов учащихся.

Междисциплинарный характер проектной деятельности студентов предполагает, в том числе, и освоение необходимых теоретических дисциплин, закрепленных в учебном плане направления «Гостиничное дело».

В организации проектной деятельности студента большую роль играет его мотивация в решении самостоятельной задачи, поставленной в цели проекта, и ориентированность на успешный конечный результат, который

необходим для применения его в дальнейшей реальной практической деятельности выпускника.

Проектную деятельность студентов РГГУ при подготовке направления 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «гостиничная деятельность» можно разделить на 2 типа:

1. Постоянно действующие научно-практические лаборатории.

2. Определенный учебный проект, в котором принимают участие студенты, преподаватели, специалисты отрасли, руководители проекта.

В рамках подготовки данного направления более 2 лет действует студенческая научно-практические лаборатории «Клуб молодого отельера РГГУ». В работу лаборатории вовлечено более 350 студентов, направлений подготовки по туризму и гостеприимству Российского государственного гуманитарного университета бакалавриата и магистратуры. Это позволяет организовывать межкафедральные мероприятия, мотивирующие студентов к изучению новых знаний, самостоятельной работе и возможности самореализации в текущей и будущей профессиональной деятельности. В рамках работы лаборатории ежемесячно проводятся заседания-встречи, на которых используются разные формы творческой работы. Лаборатория стала важнейшей дискуссионной площадкой для студентов.

Одним из самых продуктивных форматов работы лаборатории «Клуб молодого отельера РГГУ» является приглашение на встречи профессионалов из индустрии гостеприимства. Встречи проходят в соответствии с рабочим планом работы лаборатории, в соответствии с заданной тематикой. Проводятся мастер-классы, презентации различных компаний и продуктов отрасли, обсуждаются инновационные технологии современного гостиничного бизнеса.

Кроме того, в РГГУ проводится ежегодный научно-практический форум гостеприимства «Хорека», собирающий на одной пло-

щадке представителей отрасли индустрии туризма и гостеприимства, менеджеров и руководителей гостиничных предприятий и иных средств размещения России, сотрудников туристических компаний, различных поставщиков услуг отрасли, предприятий общественного питания, студентов РГГУ и других профильных вузов страны, академическое сообщество в лице профессорско-преподавательского состава.

В 2020 г. Форум собрал более 150 человек на одной площадке, но в связи с пандемией, проводился в формате онлайн.

Студенты получают прекрасный опыт выступления с самостоятельно подготовленными докладами и презентациями перед большой аудиторией с последующей возможностью публикации научных статей, а также получают новые знания и актуальную информацию от других докладчиков, участников форума.

Основываясь на отзывах о форуме гостеприимства студентов РГГУ, можно сделать вывод о высокой степени их заинтересованности в проведении профильных мероприятий и резко увеличивающимся индексе их мотивации и вовлеченности в будущую профессию.

В ходе работы лаборатории ведется постоянная деятельность по подготовке студентов к участию в олимпиадах, проводимых в профильных ВУЗах по гостиничному делу, таких как РЭУ им. Г.В. Плеханова, РГУТИС, Финансовом университете при Правительстве РФ и других. Проведение многих мероприятий сегодня в формате онлайн дало дополнительные возможности нашим студентам также участвовать в олимпиадах, проводимых в региональных вузах России, профильных университетах за рубежом.

Олимпиады по гостиничному делу как правило проводятся в несколько этапов и состоят в том числе из выполнения проектного задания, чаще всего – командного, с научно-исследовательскими элементами. Это еще раз подтверждает ценность и важность проводимой в РГГУ проектной и научно-исследова-

тельской деятельности.

Второй вид проектной работы – это конкретный проект, подготовленный и реализуемый в дальнейшем в реальной практической деятельности. Как правило он сочетает в себе элементы исследовательского и прикладного характера. Конечный результат такого проекта может быть нацелен на решение коммерческой задачи, например, участие в написании концепции гостиничного предприятия или бизнес-плана, подготовку стратегии выведения на нового гостиничного продукта на рынок, проведения маркетинговых исследований, т.п. Он может быть направлен на составление заявки и получения научного гранта для университета.

Особо интересны проекты, которые заказывают внешние, сторонние организации. Они всегда имеют четко поставленные и обозначенные сроки выполнения, что безусловно ответственность всех участников проекта перед заказчиками.

Работа над такими проектами идет в несколько этапов.

Первично идет этап сбора и обработки информации. Кроме работы с теоретическими источниками у студентов, обучающимся гостеприимству, в РГГУ имеется интересный опыт по сбору практической информации во время выездных мероприятий: обучающие туры, экскурсии в гостиницы Москвы, Золотого кольца России и других городов. «Полевые исследования» ведутся по анализу конкурентной среды гостиничных предприятий разных дестинаций, по изучению развития альтернативных средств размещения, по изучению инфраструктуры туристических кластеров и включенности туда гостиничного сектора и многих другие.

Для студентов организуются выездные тематические круглые столы на территории гостиниц, с целью обсуждения актуальных проблем развития гостиничного бизнеса России.

Часто результатом таких мероприятия становится участие подготовленных проектов

студентов в международных выставках по туризму, гостиничному и ресторанному делу.

В частности, ежегодная международная выставка ПИР ЭКСПО проводит специальный конкурс проектов для студенческих научно-практических лабораторий в рамках всероссийского Саммита сферы гостеприимства для профессионалов гостиничной, туристической и ресторанной индустрии.

На таких профессиональных площадках собираются представители разных предприятий индустрии туризма и гостеприимства, что дает возможность студентам продемонстрировать свои знания и умения, а будущим работодателям выявить потенциал участников и оценить их профессиональную подготовку.

Во многом это повторяет зарубежный опыт, когда различные компании и венчурные фонды плодотворно сотрудничают с научными студенческими центрами и лабораториями для дальнейшего отбора лучших инновационных идей и высоко подготовленных сотрудников среди студентов. Бесспорно, что именно студенческие лаборатории часто становятся новыми привлекательными площадками с инновационными идеями для компаний-партнеров университетов, которые понимают ценность такого сотрудничества и приглашают к себе лучших молодых специалистов для работы.

Бесценен также опыт такой деятельности во время прохождения студентами производственной и преддипломной практики в гостиничных предприятиях г. Москвы, в разных структурных подразделениях в зависимости от их уровня подготовки. Производственная практика включена в учебный план у студентов 2-4 курса, является обязательной. После ее прохождения студенты сдают набор отчетных документов, которые являясь самостоятельно собранным студентом материалом, ложатся в основу написания практической главы курсовой работы. Студенты используют различный практический и эмпирический материал, собранный в различных подразделениях гостиничных предприятий,

часто с помощью производственных наставников.

Также собранный практический эмпирический материал во время преддипломной практики применяется студентом в написании 3 главы выпускной квалификационной работы бакалавра и составляют суть самостоятельной научно-исследовательской его деятельности.

Таким образом, в Российском государственном гуманитарном университете прослеживается вертикальная междисциплинарная структура проектного обучения, позволяющая студентам участвовать сегодня в реальной деятельности предприятий отрасли, а также помогают им трудоустроиться в даль-

нейшем.

Все это направлено на достижение успешных образовательных результатов, к которым стремятся студенты, участвуя в проектной деятельности.

Выводы. В статье доказано, что проектная деятельность является обязательной частью современного образовательного процесса при подготовке студентов по направлению 43.03.03 «Гостиничная деятельность», профиль «Гостиничное дело», и позволяет использовать инновационные методы и технологии при обучении с целью повышения качества образования и подготовки кадров для индустрии гостеприимства.

Список источников

1. **Боровикова Т.В.** Формирование исследовательской компетенции в условиях двухуровневого высшего образования // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2014. № 3. С 17-23.
2. **Закирова Т.И.** Проектная деятельность студентов как метод формирования компетенций у студентов // Современные проблемы науки и образования. 2017. №5.
3. **Камшечко М.В., Можяева Н.Г.** Гостиничная индустрия. М.: Воробьев А.В., 2019. 92 с.
4. **Колесникова И.А., Горчакова-Сибирская М.П.** Педагогическое проектирование. М.: Издат. центр «Академия», 2005. 288 с.
5. **Кострова Ю.С.** Организация проектного обучения в вузах России: практические рекомендации // Дискуссия: журнал научных публикаций. 2012. №5. С. 143–145.
6. **Можяева Н.Г., Камшечко М.В.** Индустрия гостеприимства: практикум. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. 120 с.
7. **Нурмаганбетова М.С.** Проектное обучение как один из инновационных методов обучения // Молодежь и государство: научно-методологические, социально-педагогические и психологические аспекты развития современного образования // Международный и российский опыт : Сб. тр. VII Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. уч. (23–30.10.2017, Тверь) / отв. ред. М.А. Крылова. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2017. С. 80–86.
8. Проектное обучение: практики внедрения в университетах / Под ред. Л.А. Евстратовой и др. М.: Издат. Дом ВШЭ, 2018. 150 с.
9. **Сазанова А.В.** Генезис и сущность понятия «проектная деятельность» // Психология, социология и педагогика. 2012. №6.
10. **Султанова Л.Ф.** Педагогическое проектирование. Уфа: БГПУ им. М. Акмуллы, 2015. 95 с.
11. **Яковлева Н.Ф.** Проектная деятельность в образовательном учреждении. М.: ФЛИНТА, 2014. 144 с.
12. **Altbach P.G., Reisberg L., Froumin I.** Accelerated Universities. Ideas and Money Combine to Build Academic Excellence. Boston-Moscow: Brill; Publ. House of the Higher School of Economics, 2018.
13. **Huisman J., Smolentseva A., Froumin I.** 25 Years of Transformations of Higher Education Systems in Post-Soviet Countries Reform and Continuity. University of Twente. Moscow: Publ. House of the Higher School of Economics, 2012.

References

1. **Borovikova, T. V.** (2014). Formirovanie issledovatel'skoj kompetencii v usloviyah dvuhurovnego vysshego obrazovaniya [Formation of research competence in the conditions of two-level higher education]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University]*, 3, 15-22. (In Russ.).
2. **Zakirova, T. I.** (2017). Proektnaya deyatel'nost' studentov kak metod formirovaniya kompetencij u studentov [The project activity of students is a method of developing competencies among students]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya [Modern problems of science and education]*, 5. (In Russ.).
3. **Kamshechko, M. V., & Mozhaeva, N. G.** (2019). *Gostinichnaya industriya [Hotel industry]*. A textbook. Moscow: Publ. Vorobyov A. V. (In Russ.).
4. **Kolesnikova, I. A.** (2005). *Pedagogicheskoe proektirovani [Pedagogical design]*: A textbook. Moscow: Publ. Center "Academy". (In Russ.).
5. **Kostrova, Yu. S.** (2012). Organizaciya proektnogo obucheniya v vuzah Rossii: prakticheskie rekomendacii [Organization of project training in Russian universities: practical recommendations]. *Diskussiya: zhurnal nauchnyh publikacij [Discussion: Journal of scientific publications]*, 5, 143–145. (In Russ.).
6. **Mozhaeva, N. G., & Kamshechko, M. V.** (2019). *Industriya gostepriimstva [Hospitality industry]*: A textbook. Moscow: FORUM: INFRA-M. (In Russ.).
7. **Nurmaganbetova, M. S.** (2017). Proektnoe obuchenie kak odin iz innovacionnyh metodov obucheniya [Project training as one of the innovative teaching methods]. In: *Molodezh' i gosudarstvo: nauchno-metodologicheskie, social'no-pedagogicheskie i psihologicheskie aspekty razvitiya sovremennogo obrazovaniya. Mezhdunarodnyj i rossijskij opyt [Youth and the state: scientific and methodological, socio-pedagogical and psychological aspects of the development of modern education. International and Russian experience]*: Collection of works VII All Russian scientific and practical conference. Tver: Tver State University, 80-86. (In Russ.).
8. **Evstratova, L. A. et al.** (ed). (2018). *Proektnoe obuchenie: praktiki vnedreniya v universitetah [Project training: implementation practices at universities]*. Moscow: Publ. House of the Higher School of Economics. (In Russ.).
9. **Sazanova, A. V.** (2012). Genezis i sushchnost' ponyatiya "proektnaya deyatel'nost'" [Genesis and the essence of the concept of "project activity"]. *Psihologiya, sociologiya i pedagogika [Psychology, sociology and pedagogy]*, 6. (In Russ.).
10. **Sultanova, L. F.** (2015). *Pedagogicheskoe proektirovanie [Pedagogical design]: Tutorial*. Ufa: M. Akmulla BGPU. (In Russ.).
11. **Yakovleva, N. F.** (2014). Proektnaya deyatel'nost' v obrazovatel'nom uchrezhdenii [Project activity in an educational institution]: A *tutorial*. Moscow: FLINTA. (In Russ.).
12. **Altbach, P. G., Reisberg, L., & Froumin, I.** (2018). *Accelerated Universities. Ideas and Money Combine to Build Academic Excellence*. Boston-Moscow: Brill; Publ. House of the Higher School of Economics.
13. **Huisman, J., Smolentseva, A. I., & Froumin, I.** (2012). *25 Years of Transformations of Higher Education Systems in Post-Soviet Countries. Reform and University of Twente*. Moscow: Publ. House of the Higher School of Economics.

УШАКОВ Роман Николаевич

*Московский государственный институт физической культуры,
спорта и туризма им. Ю.А. Сенкевича (Москва, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; ushakov.roman.n@yandex.ru*

МАКАРОВА Анастасия Николаевна

*Московский государственный институт физической культуры,
спорта и туризма им. Ю.А. Сенкевича (Москва, РФ)
кандидат технических наук, доцент; e-mail: nasty0617@yandex.ru*

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ И МАГИСТРОВ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО»
С ПОЗИЦИИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ**

В современных условиях, связанных с распространением коронавирусной инфекции и наложением в связи с этим ограничений и на работу вузов, и в первую очередь на работу гостиниц, приведя их к глубочайшему кризису, обнажились не только проблемы подготовки бакалавров и магистров по Гостиничному делу, но и обнаружилось перспективы в изменении подготовки специалистов для гостиничной индустрии. В статье сделан акцент на специфику обучения в гостинице, элементы и последовательность этого обучения сотрудников, а также на сходства и различия в подготовке, который обучающийся получает в вузе и отеле. Также в связи с пандемией будут предложены новые возможности по сближению представителей гостиничного бизнеса и вузов. Несмотря на наступивший кризис в гостиничной отрасли, который безусловно станет фактором снижения количества желающих поступать в вуз на направление подготовки «Гостиничное дело», последствия пандемии будут иметь и положительный эффект. Они позволят более тесно взаимодействовать вузам и гостиницам, начиная от проведения занятий на территории отелей, загрузка в которых не позволяет им полноценно использовать весь свой потенциал и заканчивая переходом на систему распределения выпускников бакалавриата и магистратуры по окончании пандемии и восстановлению гостиничной индустрии. Во многом уже сейчас достижению этой цели может способствовать перенимание опыта школ гостиничного менеджмента в Швейцарии, которые и предлагают студентам более практикоориентированное обучение, и увеличили период прохождения практики во время обучения до полноценного семестра, и ввели обязательное прохождение языковых тестов IELTS и TOEFL с подтверждением определенного уровня знаний, а также способствовали и повышению престижности работы в гостинице, и обучения по направлению подготовки «Гостиничное дело». Также в статье использован опыт автора не только в качестве доцента, заведующего кафедрой и руководителя образовательной программы «Гостиничное дело», но также и опыт в качестве директора по обучению национальной сети отелей, состоящей из шести гостиниц с общим номерным фондом более 4500 номеров и штатом более 4000 сотрудников.

Ключевые слова: гостиничное предприятие, подготовка кадров, гостиничное дело, гостиничная индустрия, бакалавриат, магистратура.

Для цитирования: Ушаков Р.Н., Макарова А.Н. Проблемы и перспективы подготовки бакалавров и магистров по направлению подготовки «Гостиничное дело» с позиции гостиничной индустрии // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №4. С. 123-134. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10411.

Дата поступления в редакцию: 31 октября 2020 г.

Дата утверждения в печать: 21 ноября 2020 г.

Roman N. USHAKOV

*Moscow State Institute of Physical Culture, Sports and Tourism
named after Yu. A. Senkevich (Moscow, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: ushakov.roman.n@yandex.ru*

Anastasiya N. MAKAROVA

*Moscow State Institute of Physical Culture, Sports and Tourism
named after Yu. A. Senkevich (Moscow, Russia)
PhD in Engineering, Associate Professor; e-mail: nasty0617@yandex.ru*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TRAINING BACHELORS AND MASTERS IN THE FIELD OF «HOSPITALITY» FROM THE HOTEL INDUSTRY SIDE

Abstract. *Modern conditions, associated with COVID-19 and the restrictions on the high school activity, and first of all on the operation of hotels, caused a deep crisis for them and discovered not only the problems but also prospects of training bachelors and masters in hotel business. This article is focused on the features of training in a hotel, its elements and sequence of steps for employees, as well as the similarities and differences in training that a student receives at a university and a learner has in a hotel. The pandemic will offer new opportunities to bring together the hotel business and universities interests. Despite the existing crisis in the hotel industry, which will undoubtedly cause a decrease in the number of applicants wishing to enter university in the field of preparation «Hospitality», the consequences of the pandemic will have a positive effect, allowing universities and hotels to cooperate more closely. This cooperation will start with having part of classes with students in the hotels, the occupancy in which does not allow them to use their full potential, and finishing with the developing distribution system for graduates after the end of the pandemic and the recovery of the hotel industry. Mainly, the achievement of this goal can already be facilitated by adopting the experience of hospitality management schools in Switzerland, offering students more practice-oriented training. They also have increased the period of internship during training to a full semester, and introduced mandatory language tests IELTS and TOEFL with confirmation of a certain level of knowledge, and also contributed to the increase in the prestige of working in a hotel industry and training in the field of preparation «Hospitality». Also it should be noted that the author of the article used his experience not only as an associate professor, head of the department and head of the educational program «Hospitality», but also as a director of training for a national hotel chain consisting of six hotels with more than 4,500 rooms in total and more than 4,000 employees.*

Keywords: *hotel company, personnel training, hotel business, hotel industry, bachelor's, master's.*

Citation: Ushakov, R. N., & Makarova, A. N. (2020). Problems and prospects of training bachelors and masters in the field of «Hospitality» from the hotel industry side. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(4), 123-134. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10411.

Article History

Received 31 October 2020
Accepted 21 November 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported
by the author(s).

© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Уровень подготовки специалистов для индустрии гостеприимства должен постоянно расти. Это связано с тем, что требования гостей в средствах размещения в условиях конкурентной борьбы между гостиницами международных гостиничных цепей становятся все более высокими. Помимо этого гость, приезжающий в отель, становится более юридически грамотным, зная основные нормативно-правовые акты, которые регулируют взаимодействие между исполнителем (гостиницей) и потребителем гостиничных услуг [1]. Так, например, знакомство с правилами проживания в отеле может являться помимо прочего одним из критериев выбора гостиницы. Кроме того, сами гостиничные цепи, а за ними и независимые отели, стремясь увеличить число возвращающихся гостей, постоянно совершенствуют систему подготовки персонала, как с позиции направлений обучения, так и с позиции методов обучения [3]. Так, например, ведущие гостиничные цепи, такие как InterContinental Hotels Group (IHG), Accor, Marriott привлекают наставничество, менторство в качестве 10-15% времени и объема всего обучения. Международными гостиничными сетями создаются образовательные платформы для своих сотрудников, позволяя последним находиться в процессе постоянного обучения, в том числе и в онлайн формате, исходя из разработанной заранее для каждой должности в гостинице программы обучения.

Вузы, в свою очередь, исходя из имеющихся в стране образовательных стандартов, создают учебные планы по направлению подготовки «Гостиничное дело» для бакалавров и магистров, всё более активно вовлекая в этот процесс представителей индустрии гостеприимства как главных и основных заказчиков выпускников этих вузов. Это процесс всё более тесного взаимодействия вузов и представителей гостиничной индустрии в области подготовки специалистов выливается в увеличение сроков учебной, производственной и преддипломной практики, введении выездных занятий в отеле, в увеличении в образо-

вательных стандартах требований к лабораториям и производственным помещениям на территории вуза, а также наличия соответствующего программного обеспечения [2]. Однако, учитывая специфику гостиничной индустрии с высоким процентом практикоориентированности в обучении, даже эти шаги не могут гарантировать вузам достаточных конкурентных преимуществ даже друг перед другом, не говоря уже о подготовке гостиничному делу в ведущих школах гостиничного менеджмента за границей [9]. А учитывая, что международные гостиничные сети сами создали внутренние академии по подготовке и линейных сотрудников, и руководителей подразделений, по сути, заменив этим вузовскую подготовку, проблемы подготовки бакалавров и магистров для гостиничной индустрии в вузе становятся еще более серьезными и требующими немедленного решения [7].

Пандемия, вызванная распространением COVID-19 и наложенными в связи с этим огромными ограничениями на гостиничную отрасль, привела к кризису не только на текущем этапе, но и в области прогнозирования развития рынка гостиничных услуг. Уже ставится под сомнение не только сроки восстановления гостиничной индустрии хотя бы до уровня 2019 года, но и вообще следование имеющимся на момент начала пандемии стандартам обслуживания. Большие ограничения во взаимодействии с гостем для контактных служб отеля, катастрофическое падение уровня загрузки отелей, которое может привести к закрытию до 50% номерного фонда при сохранении тяжелой ситуации и закрытия границ и локдаунов в ряде стран может стать не только причиной пересмотра самого процесса обслуживания в сторону автоматизации и ещё большего сокращения персонала, но и в отношении вузов – к постепенному (или резкому) снижению запроса отрасли на специалистов в индустрии гостеприимства. Или к значительным изменениям в их подготовке.

Прежде чем обозначить пути развития в области подготовки специалистов для гости-

ничной индустрии, в том числе с учётом ограничений и изменений, наложенных пандемией, необходимо проанализировать действующие системы обучения в вузе и гостинице и найти как проблемы, так и объединяющие факторы.

Система обучения сотрудников гостиниц

Обучение сотрудников в отеле имеет свою специфику. Основными особенностями внутренней системы обучения являются:

1. Обучение каждого сотрудника (при наличии таковой в отеле или сети гостиниц) проводится последовательно, исходя из разработанной для каждой должности программы обучения со своими задачами, сроками и аттестацией по окончании блоков обучения или всех курсов и тренингов.

2. Обязательно выделяются курсы и тренинги, которые проводятся в учебном классе и обучение на рабочем месте. Также, как было сказано выше, сюда в некоторых международных гостиничных цепочках добавляется наставничество или менторство.

3. Вводятся различные критерии оценки по каждому курсу (тесты или контрольные вопросы) или тренингу (упражнения и отслеживание применения полученных навыков в работе со стороны службы контроля качества).

4. Отдел обучения и учебный класс превращаются в ближайших помощников каждого сотрудника. В связи с этим появляются подробные требования к учебному классу и компетенциям сотрудников службы обучения.

5. Успешное обучение предоставляет сотруднику бонусы и преференции в работе, стимулируя его дальнейшее развитие через обучение.

Теперь рассмотрим эти особенности более подробно.

Первым и вводным курсом для каждого сотрудника является курс «Основы гостеприимства» или как он может называться в крупнейших международных гостиничных цепях Welcome-тренинг или Orientation [4]. Этот курс или тренинг обычно проводится в первые дни работы сотрудника и продолжается несколько

часов. Он включает в себя:

1. Знакомство с историей отеля или сети.
2. Проговаривание и проигрывание основных принципов гостеприимства в компании.
3. Выявление четкого ответа на вопрос Кто для нас Гость и как мы его обслуживаем.
4. Причины и элементы командной работы в гостинице.
5. Краткая информация о службах отеля и их функциях.
6. Краткая информация о стандарте внешнего вида.
7. Бережливое отношение к имуществу отеля или сети.
8. Начальные элементы корпоративной культуры отеля или сети.

В этом курсе обычно даются основы тех направлений обучения, которые более глубоко и подробно будут изучены в других курсах и на других тренингах, исходя из должности сотрудника и программы обучения для этой должности.

Вторым этапом обучения может быть стандарт внешнего вида и униформа. В нем дается наглядное (с помощью фото или рисунка) представление о том, как должен выглядеть сотрудник на работе, а также требования по уходу за телом, униформой и лицом. Каждый сотрудник, которого видит гость, должен быть узнаваем как сотрудник и быть лицом отеля, т.е. выглядеть безупречно.

Третьим обязательным для всех сотрудников видом обучения может быть направленный на знакомство с остальными сотрудниками и создания командного духа в отеле. Он проводится обычно в виде тренинга, т.е. выполнения упражнений, которые укрепляются взаимовыручку и поддержку друг друга [12]. Подкрепляющим элементом тут служит то, что одинаково важным для успеха отеля является сотрудник каждой службы, внедряется уважение к труду коллеги. По окончании блока обучения проводится аттестация, а каждый курс зачетом или тестом. Тренинг обычно проводится для закрепления коммуникативных навыков с гостем и/или сотрудником.

2. Далее обучение разделяется на тренинги и курсы в учебном классе и на рабочем месте. Плюсом к этим видам в сетевых отелях добавляется обучение в электронной среде с тестами как методом оценки знаний и прикрепление наставника и ментора с выполнением его заданий [8]. Обучение с помощью тренингов больше направлено на закрепление навыка, потому что подразумевает выполнение упражнений в паре или в команде. Курсы же больше подходят для закрепления знаний о каком-то процессе в течение рабочего дня. Например, отработка взаимодействия с гостем продажи услуг или бронирования номера, а также алгоритма работы с жалобами лучше проводить в виде тренинга, а процедуру уборки номера горничной – в виде курса, в индивидуальном порядке с четким и последовательным следованием алгоритму этого процесса.

Примерами обучающих мероприятий на рабочем месте могут быть:

- обучение работе с программой поселения гостиницы;
- обучение работе с контрольно-кассовой машиной;
- обучение работе с терминалом для банковских карт;
- обучение работе на шведской линии и др.

Примерами обучающих мероприятий в учебном классе могут быть:

- работа с жалобами и возражениями гостя;
- работа по продаже услуг отеля;
- обучение телефонному этикету;
- обучение этикету электронного письма и др.

3. На этапе разработке программы обучения для каждой должности в отеле определяется и система оценки знаний. Полученные на курсе знания обычно проверяются с помощью теста, а знания, полученные на тренинге, видны руководителю или сотруднику отдела по контролю качества во время взаимодействия сотрудника с гостем. Также предполага-

ется аттестация сотрудников для закрытия испытательного срока, предполагающая комплексную оценку знаний комиссией из нескольких руководителей подразделений отеля и периодическая аттестация всех сотрудников или оценка знаний по введенному стандарту обслуживания.

4. Большое внимание уделяется самому учебному классу и личным и профессиональным качеством тренинг-менеджера.

Учебный класс оформляется стендами с наличием базисной информации о принципах гостеприимства, лозунгах и девизах компании, также там могут быть стенды с отзывами гостей о работе сотрудников, для использования их в процессе обучения, и с отзывами сотрудников о проведенных тренингах – что они на них получили, какие испытали эмоции и т.д. Также это может быть стенд с расписанием обучающих мероприятий, пословицами связанными с трудом и обучением, а также стенд с информацией о сотрудниках службы обучения (если их несколько). В учебном классе может находиться библиотека трудов о гостеприимстве основателей гостиничных цепей, а также инвентарь для полноценного обучения горничных (заполненная тележка) и официантов (сервированный стол и меню).

Таким образом, сотрудник службы обучения для полноценного и качественного выполнения своих обязанностей направляется в течение недели на стажировку во все отделы, контактирующие с гостем – службу приема и размещения, службу питания и напитков, службу горничных, службу бронирования [11]. В противном случае он не сможет авторитетно выглядеть в глазах сотрудника, обладая только теоретическими знаниями.

5. В гостинице может быть создана система, поощряющая сотрудника, успешно прошедшего блоки обучения и применяющего их на практике [13]. Это может быть и материальное и нематериальное стимулирование. За каждое успешно пройденное обучение могут начисляться внутренние баллы, которые в итоге превратятся в ценные призы с символи-

кой отеля или получение бесплатных услуг отеля. Таким же стимулом может быть участие в корпоративных мероприятиях отеля или сети, где в том числе закрепляется и командное взаимодействие сотрудников разных подразделений гостиницы [5].

Что отличает обучение в отеле – это разработка системы подготовки руководителей внутри гостиничной сети [6]. Практически в каждой крупной международной гостиничной сети – Marriott, Hilton, IHG, Accor и национальной – такой, как Azimut, есть аналог введенной когда-то в компании Coca-Cola программы Management Trainee, которая позволяет в период от полугода по полутора лет готовить для себя руководителей подразделений внутри сети.

Система обучения в вузе (бакалавриат и магистратура)

Обучение в вузе подразумевает разработку учебного плана по направлению подготовки Гостиничное дело для бакалавриата и магистратуры, исходя из введенных образовательных стандартов (так называемых ФГОСов – федеральных государственных образовательных стандартов). Там для бакалавриата есть перечень обязательных дисциплин, общепрофессиональных дисциплин, специальных (профессиональных) дисциплин и дисциплин по выбору. С каждым новым поколением образовательных стандартов по «Гостиничному делу» все больше часов выделяется на практическую деятельность (учебную и производственную практику), и все больше свободы имеет вуз при определении перечня специальных дисциплин и дисциплин по выбору. Остаются только виды модулей – Организация деятельности, Проектирование, Технологии и Исследование и общее количество часов с разделением его по дисциплинам и семестрам обучения.

Так, например, к блоку «Организация деятельности» могут относиться следующие дисциплины:

1. Организация документооборота в гостиничной деятельности

2. Организация анимационно-досуговой деятельности в гостиничных комплексах

3. Организация лечебно-оздоровительной деятельности в гостиничных комплексах

4. Организация бизнес и ивент мероприятий в гостиничных комплексах

5. Гостиничные предприятия в мировой системе дестинаций

К блоку «Проектирование» относятся следующие дисциплины:

1. Проектирование логистической деятельности гостиницы

2. Проектирование системы контроля качества в сфере гостеприимства

3. Проектирование карьеры в сфере гостеприимства и общественного питания

4. Разработка системы продвижения гостиничных услуг

5. Разработка дополнительных услуг гостиничного комплекса

К блоку «Технологии» относятся следующие дисциплины:

1. Технологии функционирования транснациональных гостиничных цепей

2. Технологии функционирования глобальных и локальных систем бронирования в туризме и гостеприимстве

3. Технологии оказания услуг кейтеринга

4. Технологии кросс-культурного взаимодействия в индустрии гостеприимства

5. Технологии продаж гостиничных услуг.

Также в задачи разработчика основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) является определение такого перечня дисциплин, которые покроют имеющиеся перед направлением подготовки компетенции со своими сформулированными пунктами «знать», «уметь», «владеть». При этом магистратура – более высокий уровень освоения компетенций по сравнению с бакалавриатом за более короткий срок. Каждая дисциплина заканчивается оценкой знаний с помощью фонда оценочных средств.

Используя метод сравнительного анали-

за можно увидеть, что уже тогда, до пандемии, в 2019 году (когда применялись описанные выше подходы в обучении в гостинице и в вузе) система обучения гостиничных цепей превосходила и была более перспективной, чем система обучения вуза по направлению подготовки Гостиничное дело. Даже больший чем ранее акцент на практику в вузе, даже обязательное вхождение работодателей в состав комиссии по защите выпускных квалификационных работ и в общем в процесс обучения (когда необходим определенный процент представителей гостиничной индустрии в штате вуза по образовательному стандарту) – всё это не позволило усредненному российскому вузу превзойти гостиничную цепь по эффективности подготовки специалистов для гостиничной индустрии. Только колледжи на уровне среднего профессионального образования выполняют эту функцию и готовят качественный состав представителей рабочих специальностей – линейного персонала гостиниц.

Основная причина, исходя из достаточно подробного комплексного анализа системы обучения в сети отелей, в том, что и преподаватель, и ректор вуза пока еще достаточно сильно оторван от специфики работы в самой гостинице. Если посмотреть на требования, предъявляемые к сотруднику отдела обучения в отеле, то они не совпадают с требованиями к преподавателю вуза по направлению подготовки Гостиничное дело. Даже наличие лабораторий (гостиничный номер, стойка размещения, ресторан, бар) и программного обеспечения для гостиниц и ресторанов в самом вузе (а несмотря на это жесткое требование стандарта на должном уровне это есть не во всех вузах, готовящих специалистов по Гостиничному делу), уровень подготовки преподавателей далеко не всегда позволяет эффективно использовать это оборудование лабораторий и программное обеспечение.

Часть вузов решает эту проблему через создание базовых кафедр на территории гостиниц с привлечением всех возможностей отеля, но усиленное развитие образователь-

ных платформ ведущих мировых гостиничных цепей говорит о том, что они не рассчитывают на систему подготовки специалистов для гостиничной индустрии на базе программ бакалавриата и магистратуры в российский специализированных на этом направлении подготовки вузах.

С другой стороны, руководство отелей все больше идет навстречу вузам, активно участвуя в обучении студентов и магистрантов, привлекая их на практику и вовлекая в свои обучающие программы.

Пандемия принесла нам не только значительное сокращение сотрудников в гостиничной индустрии, снизив, а то и сведя к нулю производственную практику студентов в связи с закрытием и приостановкой работы отелей, но и позволило вузам пересмотреть свое отношение к образовательному процессу и самой системе подготовке специалистов по гостиничному делу. Отрасль в ближайшее время не будет нуждаться в таком большом количестве выпускников вузов. Более того, сами учебные планы нужно будет пересматривать в связи с постепенным уменьшением числа возможных студентов по Гостиничному делу, связанному с кризисом гостиничной отрасли. Однако, эта ситуация может помочь найти те точки соприкосновения интересов гостиничной индустрии и вузов по подготовке специалистов по гостиничному делу, которые ранее не рассматривались, позволяя вузам и гостиничным предприятиям идти каждому своей дорогой.

В качестве решения безусловно нужно рассмотреть опыт швейцарских гостиничных школ по подготовке специалистов (и в первую очередь руководителей) для гостиничной индустрии, который позволяет им уже который год входить в число лучших в мире. Так по данным QS World University Rankings by Subject 2020: Hospitality & Leisure Management, в пятерке лучших hospitality-вузов представлено 4 швейцарских. Первое место заняла старейшая школа по подготовке специалистов для гостиничной индустрии – EHL (Ecole hôtelière

de Lausanne), которая была основана в 1893 г. как первая школа по гостиничному менеджменту в Швейцарии.

Les Roches второй год подряд заняла третью строчку мирового рейтинга школ гостеприимства. Однако в 2020 году вуз улучшил результаты и поднялся до второго места по репутации у работодателей.

Школа гостеприимства Glion разделила третью строчку с Ле Рош. В последние годы школа Glion вложила значительные средства в развитие: увеличили количество программ, улучшили учебное оснащение на кампусе и уделили внимание повышению квалификации преподавателей. Школа сохранила третью строчку рейтинга по репутации работодателей. Институт Glion ориентирован на карьерные успехи студентов, поэтому их трудоустройство – ключевой показатель его эффективности. В этом секрет успеха швейцарских школ – они ориентированы на трудоустройство и постоянное повышение квалификации преподавателей.

Если углубляться в детали работы швейцарских гостиничных школ, то они остались теми же, что и приносили им успех в последние десятилетия.

Таким образом, у школ гостиничного менеджмента в Швейцарии можно перенять следующее:

1. *Размещение вузов частично или полностью в помещения гостиниц.* Швейцарские гостиничные школы находятся в зданиях бывших отелей или имеют такое же оборудование. Swiss Hotel Management School (SHMS) занимает «Ко Палас» (Caux Palace), бывший первый пятизвездочный отель в Швейцарии, настоящий дворец, а Школа гостиничного менеджмента IHTEI в Невшателе базируется в действующем отеле Eurotel. Соответственно студенты обучаются гостеприимству в условиях, максимально приближенных к реальным. Готовить салаты их учат на настоящей кухне, сервировать напитки - в настоящем баре.

2. *Продолжительная и почти всегда оплачиваемая практика студентов.* Школа

Hotel Institute Montreux (HIM в Монтрё, Швейцария) включает в учебный план 5 месяцев практики ежегодно. В Институте «Ватель» (Vatel), Франция практика организуется учебным заведением по окончании каждого семестра, и на ней можно еще и заработать (300-350 евро в месяц), учитывая, что наниматель оплатит проживание и питание.

Проблема российских вузов осталась той же, что и ранее, когда автор статьи рассматривал эту тему – высшая школа не работает от заказа отрасли [10]. Есть предложения по прохождению практики, но нет гарантированного трудоустройства по окончании вуза, не говоря уже о распределении выпускников по конкретным гостиничным предприятиям. Все также, часть обучающихся не собирается работать по специальности, принимая данное решение в процессе обучения в вузе. Все чаще в последнее время на каналах в YouTube можно увидеть ролики молодых людей, которые пришли в вуз и вообще в отрасль с горящими глазами и разочаровались в гостиничной индустрии и в перспективах работы в этой отрасли после обучения в вузах с направлением подготовки «Гостиничное дело».

3. *Проведение Форумов по организации карьеры студентов и выпускников вузов.* В швейцарских школах гостиничного менеджмента регулярно проводятся Career Hospitality Forum, где студенты могут напрямую пообщаться с представителями ведущих мировых гостиничных цепей и продемонстрировать свои знания, умения и навыки. А российские учебные заведения в области подготовки бакалавров и магистров для гостиниц занимаются не поиском работодателей-партнеров для дальнейшего трудоустройства выпускников, да и в общем организацией самой практики, а в основном накоплением подтверждающих эту деятельность документов и организацией всевозможных декларативных мероприятий по сближению вуза и работодателя. Происходит это даже с учетом того, что в комиссии по защите выпускной квалификационной работы должны быть представители гостиничной ин-

дустрии – будущие работодатели выпускника. Что касается обучения магистров, то вместо формирования необходимых по мнению автора управленческих навыков, в магистерских программах акцент сделан на научную деятельность в гостиничном бизнесе – написание и публикация статей, изучение научных дисциплин и прочее.

4. *Языковая подготовка студентов швейцарских школ гостиничного менеджмента на очень высоком уровне.* Удивительно, но по-прежнему достаточно большой проблемой для российских вузов остается языковая подготовка студентов, и пандемия – это снова тот шанс, который дается нашим вузам, чтобы улучшить качество обучения. Закрытые границы убрали на время необходимость общаться на английском и других иностранных языках, но с открытием границ и возобновлением торговых связей это опять будет необходимо.

5. *Формирование престижности обучения в наших вузах из-за уникальности подготовки.* К примеру, сети школ Hotel consult Cesar Ritz Colleges, задает такие же стандарты обучения, что и стандарты качества обслуживания в знаменитых отелях Ritz, где обучение ведется на английском и французском языках. Продолжая тему престижности, школа HИM (Монтрё, Швейцария) позволяет получить два диплома: швейцарский и американский. Кроме того, выпускники школы автоматически, без дополнительных квалификационных экзаменов становятся членами британской Hotel Catering International Management Association (HCIMA).

Заполнить этот пробел российским вузам, специализирующимся на подготовке кадров для гостиничной отрасли, можно с помощью комплекса мер, состоящего из трех блоков: обеспечение практики во время обучения, эквивалентной времени теоретического обучения; глубокое изучение иностранных языков и повышение престижности учебного заведения.

6. *Лонгитюдный эксперимент, заклю-*

чающийся в том, что в процессе обучения шаг за шагом человеку внушается его уникальность и способность решать большие задачи, что расширяет его способности и делает возможным добиваться ранее не возможного с точки зрения создаваемых самим же человеком ограничений. Также в этом предложении – это подготовка специалиста на определенную позицию с первого года обучения, даже с момента поступления. В этом случае работодатели (в том числе и пятизвездочные гостиницы) готовы предоставить свои площадки для более глубоко вовлечения обучающихся в отрасль, причем с самых первых курсов обучения. Более того, гостиницы заинтересованы в том, чтобы если не все, то большинство прошедших в гостинице практику, остались в ней работать на постоянной основе еще в процессе обучения в вузе.

Подытоживая всё вышесказанное, нужно объединить все выявленные проблемы в подготовке бакалавров и магистров по направлению подготовки «Гостиничное дело» со стороны предприятий гостиничной индустрии и пути их решения в 4 следующих пункта:

1. Схожие черты в обучении гостеприимству в вузе и отеле. И в отеле, и в вузе при обучении формируется учебный план, позволяющий последовательно наделить обучающегося необходимыми знаниями, умениями и навыками. Также к схожим чертам относится обязательная оценка знаний по окончании курса в виде тестов, устного зачета и решения какой-то задачи или реализации проекта. Наконец, современный формат обучения предполагает наличие и в вузе, и в сети отелей электронной базы знаний, которая позволяет в онлайн режиме получать всю необходимую информацию о узнавать о результатах обучения.

2. Отличия обучения в вузе и отеле. В отеле, после вводных курсов и тренингов для всех сотрудников, обучение разделяется на то, которое проходит в учебном классе и то, которое возможно только на рабочем месте. Также вводятся курсы и тренинги только для

линейных сотрудников и только для руководителей. В вузе есть лекционные и практические занятия, но они проходят в аудитории, реже в лабораториях и не дают такого эффекта присутствия как в отеле. Выходом может быть организация и увеличение выездных занятий в отеле, а также привлечение большего числа практиков в преподавание дисциплин, чем требуемый по образовательному стандарту минимум. Опыт можно перенять и у колледжей, где эта вовлеченность в специфику работы отеля лучше выражена.

3. Изменения в подготовке бакалавров и магистров в условиях пандемии. Ситуация с наложением ограничений в том числе и на учебный процесс в вузе, дистанционный формат обучения, сокращение сотрудников в гостиницах и в первую очередь управляющих кадров привели к интересной ситуации – большое число представителей гостиничной индустрии обращается в вузы за получением работы, стремясь передать свой опыт будущим бакалаврам и магистрам. Более того, можно в условиях закрытия части отеля или полностью гостиницы использовать их для обучения студентов. А в дальнейшем, после снятия ограничений и восстановления темпов

роста гостиничной индустрии сохранение подобных инициатив позволит сделать обучение бакалавров и в первую очередь магистров более практикоориентированным.

4. Использование опыта швейцарских школ гостиничного менеджмента. Помимо проведения занятий в стенах гостиницы, можно добавить обязательное получение в процессе изучения английского и других иностранных языков подтверждение определенного уровня знаний через прохождение специальных тестов. Также необходимы изменения в образовательных стандартах (ФГОСах), которые ещё более увеличат количество практики в учебном плане, а это, в свою очередь, позволит вузам на такой уровень взаимодействия с гостиницами, что практика в отеле во время обучения может быть оплачиваемой. Наконец, обязательно нужны регулярные Форумы по организации карьеры в сфере гостеприимства.

Все это позволит значительно повысить уровень подготовки бакалавров и магистров по направлению подготовки «Гостиничное дело» и сделает выпускников вузов более востребованными на предприятиях гостиничной индустрии.

Список источников

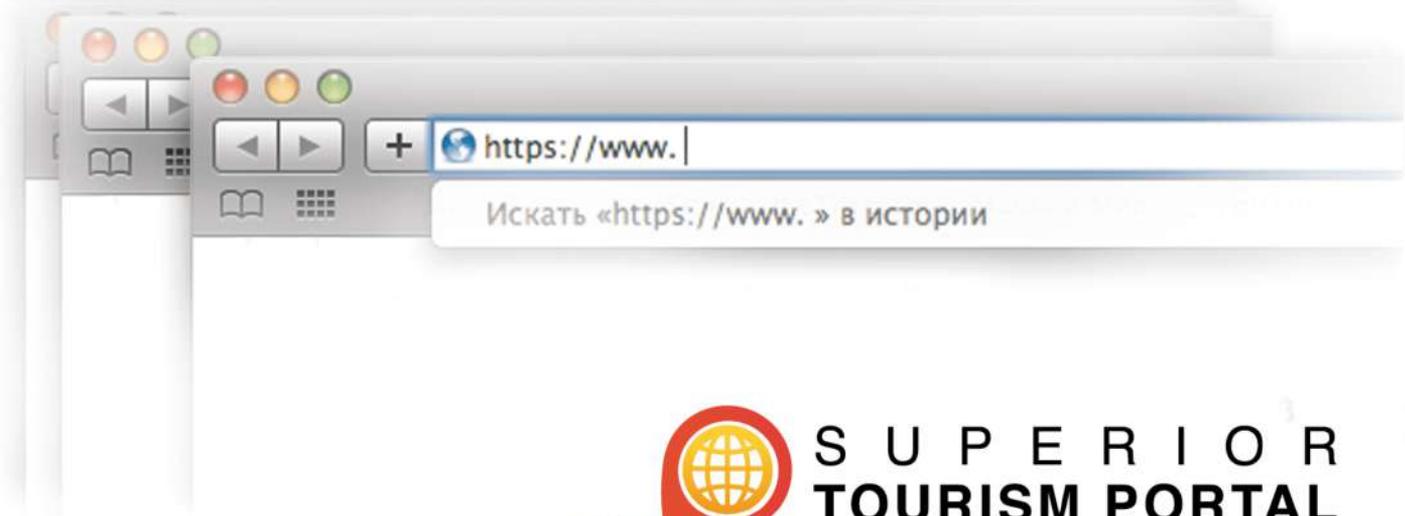
1. **Арсений Р.М.** Подготовка специалистов индустрии гостеприимства как условие обеспечения качества услуг // Современное педагогическое образование. 2020. №11. С. 145-149.
2. **Глузман А.В., Тимиргалеева Р.Р., Гришин И.Ю., Переверзев М.В.** Подготовка будущих специалистов в сфере индустрии гостеприимства в контексте новых технологий открытого образования // Гуманитарные науки. 2020. № 3 (51). С. 32-41.
3. **Kiryanova L.G., Yakimova N.S., Zaitseva N.A., Larionova A.A., Korsunova N.M., Yumatov K.V.** Problem-Based Learning Methods for Training Staff for Tourism and Hospitality Clusters // Eurasian Journal of Analytical Chemistry. 2017. Vol.12. № 5b. Pp. 803-812. DOI: 10.12973/ejac.2017.00212a.
4. **Mahafzah A.G., Esenyel I.** The effect of branding on orientation and coaching: the mediating role of hotel culture // African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. 2019. Vol. 8. № 1. Pp. a24.
5. **Morozov M.A., Morozova N.S.** Innovative staff training strategies for the tourism and hospitality industry // In coll.: Advances in Economics, Business and Management Research: Proceedings of the 5th International Conference on Economics, Management, Law and Education (EMLE 2019). 2019. Pp. 393-396. DOI: 10.2991/assehr.k.200316.296.
6. **Птуха Л.Н.** Некоторые аспекты подготовки и переподготовки управленческих кадров в индустрии гостеприимства // Конференциум АСОУ: сб. науч. тр. и мат. науч.-практ. конф. 2019. № 4-1. С. 121-126.

7. **Romanyuk A.V., Gareev R.R.** Hospitality industry in Russia: key problems and solutions // *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019. Vol.10. № 4 (36). Pp. 788-800. DOI: 10.14505/jemt.v10.4(36).09.
8. **Сувалов О.С., Сувалова Т.В.** Актуальные технологии обучения персонала в гостиничном бизнесе // *Вестник университета*. 2020. №6. С. 83-87. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-6-83-87.
9. **Скабеева Л.И., Духовная Л.Л.** Современные аспекты и тренды подготовки кадров для гостиничной отрасли // *Сервис в России и за рубежом*. 2019. Т.13. №1(83). С. 84-99. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10107.
10. **Ushakov R.N., Kryukova E.M., Khetagurova V.S., Mukhomorova I.V., Zelenov V.V.** Efficiency of hotel management. Training of specialists in hotel industry field // *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Vol.11. №2(42). Pp. 388-395. DOI: 10.14505//jemt.11.2(42).17.
11. **Frolova E.V., Kabanova E.E., Rogach O.V., Vetrova E.A., Ryabova T.M.** A spotlight on Russian tourism and hospitality industry // *International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies*. 2020. Vol. 11. № 4. Pp. 11A04G.
12. **Чурсина Е.В.** Непрерывное обучение персонала как фактор успешной деятельности организаций в сфере гостеприимства // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2019. № 3 (76). С. 106-117. DOI: 10.21295/2223-5639-2019-3-106-117.
13. **Jawabreh O., Mahmoud R., Hamasha S.A., Masa'Deh R.** Factors influencing the employees service performances in hospitality industry case study AQBA five stars hotel // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2020. Vol. 29. № 2. Pp. 649-661. DOI: 10.30892/gtg.29221-496.

References

1. **Arseniy, R. M.** (2020). Podgotovka specialistov industrii gostepriimstva kak uslovie obespecheniya kachestva uslug [Training of specialists in the hospitality industry as a condition for ensuring the quality of services]. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie [Modern teacher education]*, 11, 145-149. (In Russ.).
2. **Gluzman, A. V., Timirgaleeva, R. R., Grishin, I. Yu., & Pereverzev, M. V.** (2020). Podgotovka budushhih specialistov v sfere industrii gostepriimstva v kontekste novykh tekhnologiy otkrytogo obrazovaniya [Training of future specialists in the field of the hospitality industry in the context of new technologies of open education]. *Gumanitarnye nauki [Humanities]*, 3(51), 32-41. (In Russ.).
3. **Kiryanova, L. G., Yakimova, N., S., Zaitseva, N. A., Larionova, A. A., Korsunova, N. M., & Yumatov, K. V.** (2017). Problem-Based Learning Methods for Training Staff for Tourism and Hospitality Clusters. *Eurasian Journal of Analytical Chemistry*, 12(5b), 803-812. doi: 10.12973/ejac.2017.00212a.
4. **Mahafzah, A. G., & Esenyel, I.** (2019). The effect of branding on orientation and coaching: the mediating role of hotel culture. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(1), a24.
5. **Morozov, M. A., & Morozova, N. S.** (2019). Innovative staff training strategies for the tourism and hospitality industry. In: *Advances in Economics, Business and Management Research: Proceedings of the 5th International Conference on Economics, Management, Law and Education (EMLE 2019)*, 393-396. doi: 10.2991/assehr.k.200316.296.
6. **Ptuha, L. N.** (2019). Nekotorye aspekty podgotovki i perpodgotovki upravlencheskiykh kadrov v industrii gostepriimstva. *Konferencium ASOU, 4-1*, 121-126. (In Russ.).
7. **Romanyuk, A. V., & Gareev, R. R.** (2019). Hospitality industry in Russia: key problems and solutions. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(4/36), 788-800. doi: 10.14505/jemt.v10.4(36).09.
8. **Suvalov, O. S., & Suvalova, T. V.** (2020). Aktual'nye tekhnologii obuchenija personala v gostinichnom biznese [Actual technologies of personnel training in the hotel business]. *Vestnik universiteta [University Bulletin]*, 6, 83-87. doi: 10.26425/1816-4277-2020-6-83-87. (In Russ.).

9. **Skabeeva, L. I., & Dukhovnaya, L. L.** (2019). Sovremennye aspekty i trendy podgotovki kadrov dlja gostinichnoj otrasli [Modern aspects and trends of personnel training for the hotel industry]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 13(1/83), 84-99. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10107. (In Russ.).
10. **Ushakov, R. N., Kryukova, E. M., Khetagurova, V. S., Mukhomorova, I. V., & Zelenov, V. V.** (2020). Efficiency of hotel management. Training of specialists in hotel industry field. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(2/42), 388-395. doi: 10.14505//jemt.11.2(42).17.
11. **Frolova, E. V., Kabanova, E. E., Rogach, O. V., Vetrova, E. A., & Ryabova, T. M.** (2020). A spotlight on Russian tourism and hospitality industry. *International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies*, 11(4), 11A04G.
12. **Chursina, E. V.** (2019). Nepreryvnoe obuchenie personala kak faktor uspeшной dejatel'nosti organizacij v sfere gostepriimstva [Continuous training of personnel as a factor in the success of organizations in the hospitality sector]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperacii, jekonomiki i prava [Bulletin of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]*, 3(76), 106-117. doi: 10.21295/2223-5639-2019-3-106-117. (In Russ.).
13. **Jawabreh, O., Mahmoud, R., Hamasha, S. A., & Masa'Deh, R.** (2020). Factors influencing the employees service performances in hospitality industry case study AQBA five stars hotel. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 649-661. doi: 10.30892/gtg.29221-496.



Искать «https://www.» в истории



**SUPERIOR
TOURISM PORTAL**
international award

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС
ЛУЧШИЙ ТУРИСТСКИЙ ПОРТАЛ

www.tour-portal-rf.ru
www.tour-taste.ru

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
ТУРИСТСКИЕ КОНКУРСЫ



TASTE
Experience

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС
**ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ
ВПЕЧАТЛЕНИЕ**



СЕРВИС
В РОССИИ
И ЗА РУБЕЖОМ

<http://service-rusjournal.ru>