

с е т е в о й н а у ч н ы й ж у р н а л ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

RESEARCH RESULT

Том 4 | № 2
Volume 4 | 2018

ТЕХНОЛОГИИ
БИЗНЕСА
И СЕРВИСА

BUSINESS
AND SERVICE
TECHNOLOGIES

Сайт журнала:
rrbusiness.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal





Том 4, №2. 2018

СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Издается с 2014 г.

ISSN 2408-9346



Volume 4, №2. 2018

ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL

First published online: 2014

ISSN 2408-9346

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: **Зайцева Н. А.**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова», Россия

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА: **Слинкова О.К.**, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры туризма и социально-культурного сервиса Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА ПО СВЯЗЯМ С ЗАРУБЕЖНЫМИ АВТОРАМИ: **Климова Т.Б.**, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой туризма и социально-культурного сервиса Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: **Жиленко В.Ю.**, кандидат биологических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Института управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:

Аймагамбетов Е. Б., доктор экономических наук, профессор, ректор Карагандинского экономического университета Казпотребсоюза, Казахстан

Антонова В. А., доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии в ресторанном хозяйстве ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Украина

Афанасьев О. Е., доктор географических наук, доцент, профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве Российского государственного университета туризма и сервиса, Россия

Васюкова А. Т., доктор технических наук, профессор, директор Института технологий и бизнеса Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Россия

Гачеу Л., кандидат технических наук, профессор, доцент факультета пищевых производств, Университета «Трансильвания», Румыния

Думачева Е. В., доктор биологических наук, доцент, заведующая кафедрой биологии Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

Жеоржеску Ч., кандидат химических наук, доцент, доцент кафедры сельскохозяйственных наук и инженерии пищевых продуктов, Университет «Луциан Блага», Румыния

Макринова Е. И., д.э.н., профессор, зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», Россия

Миленкович З., доктор экономических наук, профессор, профессор Высшей школы туризма, Сербия

Мячкова Н. И., кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой технологии продуктов питания Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

Оборин М. С., доктор экономических наук, профессор кафедры экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»; профессор кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории Пермского государственного национального исследовательского университета, Россия

Павлович С., кандидат наук, доцент, заведующая кафедрой туризмологии факультета географии, Белградский университет, Сербия

Писаревский И. М., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой туризма и гостиничного хозяйства Харьковского национального университета городского хозяйства, Украина **Плохих Р. В.**, доктор географических наук, профессор, профессор кафедры рекреационной географии и туризма Казахского национального университета им. аль-Фараби, Казахстан

Плякин А. В., доктор экономических наук, кандидат географических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Волжского института экономики, педагогики и права, Россия

Родионова Н. С., доктор технических наук, профессор, декан экономического факультета, заведующая кафедрой сервиса и ресторанного бизнеса Воронежского государственного университета инженерных технологий, Россия

Чосич М., доктор экономических наук, профессор, заместитель директора по учебной работе Высшей школы туризма, Сербия

Яковенко Н. В., доктор географических наук, профессор, заведующая кафедрой социально-экономической географии и регионоведения Воронежского государственного университета, Россия

Яцун Л. Н., доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности и туризма Харьковского государственного университета питания и торговли, Украина

EDITORIAL TEAM:

EDITOR-IN-CHIEF: **Natalia A. Zaitseva**, Doctor of Economic, Associate Professor, Professor of the Department of Hotel and Tourist Business, Plekhanov Russian University of Economics, Russia
DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Olga K. Slinkova**, Doctor of Economic, Associate Professor, Professor of the department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University, Russia.

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Tatyana B. Klimova**, Candidate of Economic, Associate Professor, Head of Department of tourism and socio-cultural service Belgorod National Research University, Russia.

EXECUTIVE SECRETARY: **Vilena Yu. Zhilenko**, Candidate of Biology, Associate Professor, DEPARTMENT OF Tourism and Socio-cultural Service, Belgorod State National Research University, Russia.

EDITORIAL BOARD:

Erkara B. Aimagambetov, Doctor of Economics, Professor, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan.

Valeriya A. Antonova, Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Technology in the Restaurant Economy of the Higher Professional Education University «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Ukraine

Oleg E. Afanasiev, Doctor of Sciences in Geography, Associate Professor, Professor of the Department of Business Technology in the Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Russia.

Anna T. Vasyukova, Doctor of Technical Sciences, Professor, Director of Institute Technologies and Business, Moscow State University of Technologies and Management. K. G. Razumovsky, Russia.

Liviu Gacheu, Candidate of Technical Sciences, Professor, Associate Professor of Faculty of Food Productions, Transilvania University, Romania.

Elena V. Dumacheva, Doctor of Biology, Associate Professor, Head of the department biology Belgorod National Research University, Russia.

Cecilia Georgescu, Candidate of chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Agricultural Sciences And food Products Engineering University «Lucian Blaga» of Sibiu, Romania.

Elena I. Makrinova, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Hotel and Tourism Service, Commerce and Advertising of ANO VO «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law», Russia

Zoran Milenkovich, Doctor of Economic, Professor, Higher School of Tourism, Serbia

Nina I. Myachikova, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of Department of Food Technology Belgorod National Research University, Russia.

Maxim S. Oborin, doctor of economic, Professor of Department of economic analysis and statistics of the Perm Institute (branch) Russian economic University G. V. Plekhanov; Professor, Department of world and regional economy, the economic theory of the Perm state national research University, Russia

Sanja Pavlović, PhD, Associate Professor, Head of the Department of Tourism University of Belgrade, Faculty of Geography, Serbia.

Ilya M. Pisarevskii, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Economy of the Kharkov National University of Municipal Economy, Ukraine.

Roman V. Plokhikh, Doctor of Sciences in Geography, Professor, Professor of Department of Recreational Geography and Tourism of the Kazakh National University Named after alFarabi al-Farabi, Kazakhstan.

Alexander V. Plyakin, Doctor of Economics, PhD in Geography, Professor, Head of the Department of Management, Volzhsky Institute of Economics, Pedagogics and Law, Russia

Natalya S. Rodionova, Doctor of Engineering, Professor, Dean of Economics Department, Head of the Department of the Service and Restaurant Business Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia.

Maya Chosich, Doctor of Economics, Professor, Deputy Director for Academic Affairs, Higher School of Tourism, Serbia

Nataliya V. Yakovenko, Doctor of Sciences in Geography, Professor, Head of Department of Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Voronezh State University, Russia.

Leonid N. Yatsun, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management of Foreign Economic Activity and Tourism of the Kharkov State University of Nutrition and Trade, Ukraine

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Астапова А. И. Фототуризм как перспективное направление ответственного туризма	3
Королева И. С., Марциневская Л. В. Культурно-исторический потенциал как ресурс для развития регионального туризма	11
Plokhikh R. V., Sakypbek M. A., Asipova Zh. M. Cooperation in the field of tourism development according to «Almaty – Bishkek Corridor Initiative (ABCI)»	20

DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Astapova A. I. Phototourism as a perspective direction of responsible tourism	3
Koroleva I. S., Marcinowska L. V. Historical-cultural potential as a resource for the development of regional tourism	11
Plokhikh R.V., Sakypbek M. A., Asipova Zh. M. Cooperation in the field of tourism development according to «Almaty - Bishkek Corridor Initiative (ABCI)»	20

ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Кролевец А. А., Левченко О. В., Глотова С. Г., Семичев К. М., Дубцова Г. Н. Свойства наноструктурированного унаби	30
Nevmatulina K. A. Basic concepts in the theoretical and practical field of strategic cost management	45

TRANSDISCIPLINARY RESEARCH IN THE FIELD OF BUSINESS

Krolevets A. A., Levchenko O. V., Glotova S. G., Semichev K. M., Dubtsova G. N. Properties of nanostructured unabi	30
Nevmatulina K. A. Basic concepts in the theoretical and practical field of strategic cost management	45

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Пастухова Д. А., Грудистова Е. Г. Модель конкурентоспособного специалиста сервиса	53
--	-----------

PROBLEMS OF TRAINING PERSONNEL FOR THE SERVICE SECTOR

Pastukhova D. A., Grudistova E. G. Model of competitive service specialist	53
---	-----------

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

УДК 338.485

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-1

Астапова А. И.

**ФОТОТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ
ОТВЕТСТВЕННОГО ТУРИЗМА**

Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби),
пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Республика Казахстан.
Luntiko.ann@gmail.com

Аннотация. Туризм является динамично развивающейся отраслью экономики, но его неизбирательное развитие способно создать объем туристских потоков выше пропускной способности места назначения, что впоследствии приведет к возникновению экологических, социальных, экономических и других проблем. Для решения данной проблемы была разработана концепция ответственного туризма, основанная на разумном использовании природных ресурсов, обеспечении устойчивого развития туристской отрасли в долгосрочной перспективе и поддержке социально слабых слоев общества в странах, где туризм чрезвычайно продуктивен. Концепция ответственного туризма охватывает другие концепты и виды туризма, среди которых можно выделить новое перспективное направление – фототуризм, который отличается низким уровнем воздействия на окружающую среду и принимающие сообщества. В статье выведено понятие фототуризма, рассмотрены его специфические особенности с точки зрения планирования и организации, а также потенциал его развития и положительного влияния на сферу туризма.

Ключевые слова: фототуризм; ответственный туризм; ответственность; фотография; устойчивое развитие; инновации; туризм.

UDC 338.485

Astapova A. I.

**PHOTOTURISM AS A PERSPECTIVE DIRECTION
OF RESPONSIBLE TOURISM**

Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU),
71 Ave. Al-Farabi, MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan.
Luntiko.ann@gmail.com

Abstract. Tourism is a dynamically developing branch of the economy, but its indiscriminate development can create a volume of tourist flows above the capacity of the destination, which will subsequently lead to environmental, social, economic and other problems. To solve this problem, a concept of responsible tourism was developed based on the reasonable use of natural resources, ensuring the sustainable development of the tourism industry in the long term and supporting socially weak sectors of society in countries where tourism is extremely productive. The

concept of responsible tourism encompasses other concepts and types of tourism, among which there is a new perspective direction – photo tourism, which has a low level of impact on the environment and host communities. The article introduces the concept of phototourism, examines its specific features from the point of view of planning and organization, as well as the potential for its development and positive influence on the sphere of tourism.

Keywords: phototourism; responsible tourism; responsibility; photography; sustainable development; innovation; tourism.

Введение. За последние десятилетия, в связи с развитием процессов глобализации, существенно расширился рынок международного туризма, увеличились туристские потоки, расширились сферы и направления путешествий, сформировались крупные транснациональные компании, произошло развитие туристских технологий, увеличился спектр туристских продуктов, которые достигли уровня стандартизации, характерного для современных отраслей промышленности. Это обусловило необходимость изучения негативных последствий, порождаемых массовым туризмом, а также актуализировало проблему разработки путей развития туристской отрасли, снижающих негативные и увеличивающих благоприятные последствия (Соляник, 2011).

Согласно данным последних исследований Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО), в 2017 году количество международных туристских поездок увеличилось на 7 % и достигло в общей сложности 1 миллиард 322 миллионов международных поездок, увеличившись на 87 миллионов по сравнению с предыдущим годом (World Tourism Organization, 2018). Эти показатели подтверждают динамичность развития и важность туризма, но его неизбирательное развитие может создать объем туристских потоков выше пропускной способности места назначения. Неконтролируемый рост туризма способен привести к ухудшению состояния окружающей среды, деградации и снижению биоразнообразия, разрушению хрупких экосистем и другим последствиям, тем самым

обостряя не только экологические, но и социальные, культурные и другие проблемы.

При анализе статистических данных было выявлено, что практически половина респондентов с целью сохранения экологии согласны выбирать место отдыха неподалёку от места жительства (Всемирный фонд дикой природы WWF, 2018). Но в то же самое время 45% респондентов готовы платить больше за развлечения, если деньги пойдут на защиту окружающей среды и уменьшат последствия массового туризма (Jenkins, 2002). Таким образом, практически половина населения осознает современную проблему окружающей среды и готова жертвовать ради её сохранения и восстановления. Очевидное влияние туристской деятельности на окружающую среду привело к большей обеспокоенности по поводу смягчения негативных последствий туризма и возникновению альтернативных форм и концепций туризма, среди которых выделяется концепция ответственного туризма.

Ответственный туризм является не видом туризма, а подходом к организации туристской деятельности, основанным на разумном использовании природных ресурсов, в том числе с применением новых технологий, на устойчивости развития туристской отрасли в долгосрочной перспективе и поддержке социально слабых слоев общества в странах, где туризм чрезвычайно продуктивен. Концепция ответственного туризма охватывает другие концепты и виды туризма, среди которых можно выделить новое перспективное направление – фототуризм, который выде-

лился как отдельное направление в конце XX века, но в настоящее время развивается ускоренными темпами и быстро обретает популярность. Фототуризм до сих пор не получил однозначного определения и по-разному трактуется не только отдельными специалистами, но и туристскими организациями. При этом фототуризм, в отличие от многих других видов деятельности, не приводит к истощению природных ресурсов.

Основная часть.

Материалы и методы исследования.

При проведении исследования использовался комплекс взаимодополняющих методов: информационный поиск, сравнительный метод, анализ и систематизация научных публикаций и материалов СМИ по исследуемой проблеме и др. В качестве источников информации для проведения исследования использовались труды отечественных и зарубежных специалистов в области фототуризма. Для определения общих характеристик ответственного и фототуризма использовался сравнительный метод при использовании публикаций об ответственном туризме.

Результаты исследования и их обсуждение. Туризм является динамично развивающейся отраслью экономики, которая с каждым годом разветвляется на различные виды и направления, обусловленные повышением требований и индивидуальных специфических потребностей туристов. Туристский продукт перестает быть массовым и стандартизированным, на первый план выходит индивидуализация обслуживания, учет нестандартных желаний. Именно фактор похожести многих курортов, несмотря на все исторические особенности и культурный колорит, подталкивает развитие новых видов туризма. Одним из таких видов, приобретающий все большую популярность, стал фототуризм, некоторые подходы к определению сущности которого представлены ниже.

Фототуризм – это путешествие, позволяющее фотографам и фотолюбителям от-

крывать для себя новые уголки в компании единомышленников, направленное на повышение фотографического уровня и пополнения портфолио новыми фотографиями. Фототуризм включает в себя элементы следующих видов туризма: познавательного, экологического, спортивного, рекреационного и этнографического (Robinson, Picart, 2009).

Фототуризм – это вид организованного туризма, рассчитанный на любителей фотографии, желающих увидеть новые интересные разны уголки земли и под чутким руководством организатора грамотно и профессионально запечатлеть эту красоту на свою фотокамеру (Волошина, Теньгушева, 2015).

Фототуризм – это рациональный вид туризма, который в основном зависит от знаний и обслуживания и не имеет высоких требований к туристским объектам, тем самым сохраняя природу и культуру, а также способный приносить экономические и социальные выгоды (Fennel, Eagles, 1990).

Фототуризм – это новое решение для продления туристского сезона с низким воздействием на окружающую среду, способствующее обеспечению устойчивого роста и повышению конкурентоспособности туристских направлений (Lu, 2010).

При проведении синтеза определений туризма и фототуризма было предложено собственное определение «фототуризм». Фототуризм – это совокупность отношений и явлений, возникающих в результате путешествия и пребывания людей вне своего постоянного места жительства с целью создания высококачественных фотографий и повышения мастерства фотосъемки, если пребывание не превращается в продолжительное проживание или во временное занятие ради заработка.

Фотография получила широкое распространение и стала неотъемлемой частью современной жизни человека, присутствуя практически в любом путешествии. Но отличительная особенность фо-

тотуризма заключается в цели путешествия – создание высококачественных фотографий и повышение мастерства фотосъемки. Фототуризм достаточно специфичен с точки зрения планирования и организации и имеет свои характерные особенности в отличие от других видов ту-

ризма. Специфика его проявляется в мотивации, сезонности, дополнительных требованиях и организации сопутствующих мероприятий, а также в подборе специального снаряжения в зависимости от вида и места проведения фототура (рисунок).



Рис. Специфические особенности фототуризма
Fig. Specific features of phototourism

Помимо специфических особенностей, фототуризм имеет разветвленную классификацию, базирующуюся на различных классификационных признаках (формат проведения, продолжительность, направленность и прочее). Наиболее важным классификационным признаком любого фототура является тематика фотосъемки, которая определяется в зависимости от главного объекта и жанра фотографии. По тематике фотосъемки выделяются: пейзаж, жанр, портрет, архитектура, макро, репортаж, стрит-фотография и фотоохота. Исходя из тематики и жанра фототура опреде-

ляется основной объект фотосъемки (архитектура, исторические объекты, ландшафты, растения, животные, явления и стихии природы, местное население, еда, предметы быта и культуры, событийные мероприятия и прочее).

Хотя фототуризм и является объединением двух направлений – профессиональной фотографии и туризма, на самом деле это явление представляет собой более сложную категорию и вид путешествий. При организации фототуров основные объекты интереса для съемки представлены в виде природных, историко-

культурных и социально-экономических туристско-рекреационных ресурсов, которые могут быть повреждены или уничтожены в процессе использования. Поэтому главным приоритетом фототуризма является защита фототуристского ресурса, включающего как природные и историко-культурные ресурсы, так и местное население для сохранения его уникальности и привлекательности (Fennel, Eagles, 1990). Таким образом, для успешного развития фототуризма необходимо бережное и аккуратное отношение к туристско-рекреационным ресурсам. Из этого следует, что фототуризм должен действовать согласно концепции ответственного туризма, которая основана на принципах социальной, экономической и экологической ответственности.

Несмотря на то, что развитие туризма поддерживает местные сообщества за счет создания доходов, рабочих мест, новых предприятий и укрепления местной инфраструктуры, он оказывает некоторое негативное воздействие на местное сообщество и окружающую среду при неконтролируемом развитии туризма, безответственной организации туризма и безответственного поведения самих туристов (Тарасенок, 2014; Mehran, Badaruddin, Shida Irgwana, 2015). Например, пеший туризм может негативно повлиять на растительный покров, в то время как на качество воды могут влиять дайвинг и подводное плавание. Высокие горы Гималаев усыпаны мусором, оставленным группами альпинистов. В последнее время наиболее распространенной проблемой является антисоциальное поведение туристов и их нечувствительность к культуре местных жителей (алкогольные запои, несоответствующая одежда и неуважение местных традиций). Для концепции ответственного туризма важно обеспечить устойчивость, не нанося ущерба существующим ресурсам в интересах местных жителей, будущих туристов и следующего поколения.

Ответственный туризм заключается в реализации деятельности, которая позволяет добиться роста таким образом, чтобы

не разрушать окружающую среду, а также защищать культуру, историю, наследие и достижения местных сообществ (Debicka, Oniszczyk-Jastrzabek, 2014). В соответствии с этой концепцией большое внимание уделяется тому факту, что устойчивое управление туризмом и его ресурсами будет способствовать созданию лучшего качества туристских продуктов. Люди могут использовать окружающую среду и влиять на нее положительным или отрицательным образом, но благодаря ответственному туризму эта среда может быть не только эффективно защищена, но и обогащена.

Ответственный туризм включает в себя все виды путешествий, которые ориентированы на экологию (сохранение и охрана природных ресурсов), социально-культурные (понимание местной культуры, содействие культурного обмена между туристами и местными жителями, участие местного населения в принятии решений о развитии и планировании туризма) и экономические вопросы (справедливые отношения с местными поставщиками, поддержка местного производства), создаваемые туризмом (Manente, Minghetti, Mingotto, 2014). Помимо фототуризма концепция ответственного туризма включает в себя следующие виды туризма: экологический, культурный, религиозный, волонтерский, социальный, этнографический, природно-ориентированный, приключенческий, агротуризм и другие.

Согласно принципам Кейптаунской декларации можно выделить пять основных требований к ответственному способу путешествий:

- 1) уважение и сохранение окружающей среды и культурного разнообразия;
- 2) содействие пониманию, культурному обмену и взаимодействию между туристами и местными жителями;
- 3) участие местного населения в процессе принятия решений о развитии и планировании туризма;
- 4) обеспечение участия местного населения в туристской деятельности и получение выгоды от него, что способствует

экономическому росту и повышению благосостояния людей в дестинации;

5) справедливое распределение преимуществ и доходов от туристской деятельности среди всех участников, включая местное население.

Многие участки с преимущественным развитием рекреации и туризма, которые давно испытывают значительную антропогенную нагрузку, со временем теряют значительную часть своей рекреационной ценности. Поэтому при создании зон отдыха необходимо выполнять значительный объем работ по восстановлению природных комплексов, что часто не планируется и поэтому не предусмотрено (Намазбаева, 2017). Оптимальное использование и восстановление используемых туристско-рекреационных ресурсов возможно путем стратегического планирования и управления. Стратегическое планирование является особой функцией управления устойчивым развитием туризма в долгосрочной перспективе и основывается на следующих положениях, которые соответствуют концепции ответственного туризма:

- научный подход и обоснованная политика;
- обязательное рассмотрение взглядов и традиций местных общин;
- рациональное использование природных ресурсов и ценностей;
- гибкая философия развития территорий как гаранта сбалансированного развития;
- плановое и систематическое развитие туризма;
- обеспечение безопасности туристов и туризма;
- оптимальное соотношение цены и качества туристических продуктов и услуг (Plokhikh, Sakurbek, Aktymbayeva, 2015).

В каждом виде туризма выделяются определенные принципы или характеристики, но все они соответствуют принципам ответственного туризма. Например, экологический туризм акцентирует большее внимание на сохранении окружающей

среды, но также подчеркивает ценность уважения и справедливости в отношении местного сообщества. Фототуризм фокусируется на уважительном отношении и сохранении окружающей среды, историко-культурных проявлений и местного населения. Помимо этого можно стимулировать фототуристов пользоваться услугами и приобретать товары местного производства для стимулирования развития местной экономики. А также можно повысить уровень участия местного населения в процессе принятия решений о развитии и планировании туризма, показывая на фактических примерах возможные преимущества и выгоды от туристской деятельности, тем самым привлекая и заинтересовывая местное население.

Фототуризм является видом туризма с низким уровнем воздействия на окружающую среду и принимающие сообщества и максимально незаметным пребыванием фототуристов, стремящихся запечатлеть естественную среду без скованности и стеснения. Все больше внимания следует уделять сохранению уникальной культурной и естественной самобытности местных сообществ. Надлежащее планирование может помочь в получении ценных доходов от фототуризма в рамках социальных и ресурсоемких возможностей района (Fennel, Eagles, 1990).

С точки зрения разнообразия ландшафтов и колоритности местной жизни выделяются наиболее притягательные места для фотографов, но каждая страна по своему может привлекать фототуриста. Как показали исследования, практически любой регион мира имеет потенциал развития фототуризма, но особенной популярностью пользуются «нетуристские» места или места, обладающие особой уникальностью и красотой. На данный момент фототуризм является популярным направлением в странах Европы, Южной Америки и Азии. Так как развитие фототуризма не требует особых условий или наличия конкретных туристско-рекреационных ре-

сурсов, то данный вид туризма можно развивать в местах, где отсутствует массовый поток туристов, но обладающих своей притягательностью (нетронутая природа, отдаленные поселения, места обитания редких животных и прочее). Таким образом, будет происходить развитие невосребованных регионов, распределение туристского потока по поверхности Земли и сглаживание сезонности.

Заключение. Фототуризм как инновационное направление туризма активно развивается и становится все более популярным. Благодаря прогрессирующему развитию технологий, популяризации социальных сетей и Интернета занятие фотоискусством в настоящее время считается «модным». В будущем фототуризм может стать широко востребованным видом туризма, так как с развитием фототехники возрастает количество людей, увлекающихся фотографией. Фототуризм является актуальным для туристов, желающих усовершенствовать свои навыки и приобрести незаменимый опыт в этой сфере, что создаст преимущества и дополнительную ценность в последующих путешествиях. Фототуризм соединяет в себе как активный отдых с прогулками на свежем воздухе, новые впечатления от экскурсионных объектов, так и совершенствование фотографического мастерства в компании с единомышленниками и профессиональными фотографами. При этом отличительной особенностью является низкий уровень воздействия на окружающую среду и принимающие сообщества, что ставится более актуальным и востребованным в последнее время.

Таким образом, при планировании и развитии фототуризма в соответствии с принципами ответственного туризма на территории будет достигнута устойчивость и обеспечено равновесие между всеми компонентами. Можно сделать вывод, что фототуризм является жизнеспособным способом защиты окружающей среды и создания социальных и экономических вы-

год для местных общин, который действует в интересах туристов и местного населения.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Волошина, А. А., Теньгушева, В. М. Фототуризм как оригинальный вид туризма // Сборник статей XIII межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Молодёжь, наука, творчество – 2015». 2015. №2. С. 11-12.
2. Всемирный фонд дикой природы WWF [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://wwf.ru/> (дата обращения: 25.04.2018).
3. Намазбаева, З. Е. Научные основы исследований в области стратегического управления природно-рекреационными ресурсами на региональном уровне // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т.3, №1. С. 11-21.
4. Соляник, С. Ф. Проблема негативних наслідків сучасного масового туризму та шляхи їх подолання // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. 2011. № 11. С. 230-242.
5. Тарасенок, З. Н. Экологический туризм как фактор сбалансированного (устойчивого развития) территории страны (региона) и повышения благосостояния населения // Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития: материалы Международной научно-практической конференции (Минск, 10 апреля 2014) / под общей редакцией В. Л. Цыбовского. Минск: Ковчег, 2014. С. 165-168.
6. Debicka, O., Oniszczyk-Jastrzabek, A. Responsible tourism in Poland // Tourism in Southern and Eastern Europe. 2014. №3. P. 189-202.
7. Fennel, D., Eagles, P.F. Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework // Journal of Parks and Recreation Administration. 1990. №8 (1), P. 23-24.
8. Jenkins, T. Ethical Tourism: Who Benefits? London: Hodder & Stoughton, 2002. P. 101.

9. Lu, Linfeng. The Emerging Concept of Photo Tourism: Söderslätt as a case. Lund: The International Institute for Industrial Environmental Economics, 2010. 61 p.

10. Manente, M., Minghetti, V., Mingotto, E. Responsible Tourism and CSR: Assessment Systems for Sustainable Development of SMEs in Tourism. Switzerland: Springer International Publishing, 2014. 132 p.

11. Mehran, N., Badaruddin, M., Shida Irwana, O. The Influence of Perceived Environmental Impacts of Tourism on the Perceived Importance of Sustainable Tourism // E-review of Tourism Research. 2015. Vol. 12. no 1/2. P. 189-202.

12. Plokhikh, R.V., Sakypbek, M. A., Aktymbayeva, A. S. Strategic planning in context of sustainable tourism development // Сетевой журнал «Научный результат». Серия «Технологии бизнеса и сервиса». 2015. Т.1, №4(6). С. 11-16.

13. Robinson, M., Picart, D. The Framed World: tourism, tourists and photography. Lisbon: Ashgate, 2009. 276 p.

14. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения: 21.04.2018).

References

1. Voloshina, A. A., Tengusheva, V. M. (2015), *Phototourism as an original form of tourism* // Collection of articles of the XIII interuniversity scientific-practical conference of students and graduate students «Youth, science, creativity – 2015», № 2, p. 11-12. Russia.

2. *World Wide Fund for Nature WWF* (2018) [Electronic resource]: – Access mode: <https://wwf.ru/> (date of access: April 25, 2018). Russia.

3. Namazbaeva, Z. E. (2017), *Scientific basis of researches in the field of strategic management of natural-recreational resources at the regional level* // Scientific result. Technologies of business and service, №1, p. 11-21. Russia.

4. Solyanik, S. F. (2011), *The problem of negative consequences of modern mass tourism and ways to overcome them* // Scientific notes of Kyiv university of tourism, economy and law, № 11, p. 230-242. Ukraine.

5. Tarasenok, Z. N. (2014), *Ecological tourism as a factor of balanced (sustainable development) of the territory of the country (region) and improving the welfare of the population* // Entrepreneurship in Belarus: experience of develop-

ment and prospects for development: materials of the International Scientific and Practical Conference (Minsk, April 10, 2014), Minsk: Kovcheg, p. 165-168. Belarus.

6. Debicka, O., Oniszczyk-Jastrzabek, A. (2014), *Responsible tourism in Poland* // Tourism in Southern and Eastern Europe, №3, p. 189-202. Croatia.

7. Fennel, D., Eagles, P. F. (1990), *Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework* // Journal of Parks and Recreation Administration, №8 (1), p. 23-24. USA.

8. Jenkins, T. (2002), *Ethical Tourism: Who Benefits?*, London: Hodder & Stoughton, p. 101. United Kingdom.

9. Lu, Linfeng (2010), *The Emerging Concept of Photo Tourism: Söderslätt as a case*, Lund: The International Institute for Industrial Environmental Economics, p. 61. Sweden.

10. Manente, M., Minghetti, V., Mingotto, E. (2014), *Responsible Tourism and CSR: Assessment Systems for Sustainable Development of SMEs in Tourism*, Switzerland: Springer International Publishing, p. 132. Switzerland.

11. Mehran, N., Badaruddin, M., Shida Irwana, O. (2015) *The Influence of Perceived Environmental Impacts of Tourism on the Perceived Importance of Sustainable Tourism* // E-review of Tourism Research, Vol. 12, no 1/2, p. 189-202. United Arab Emirates.

12. Plokhikh, R.V., Sakypbek, M. A., Aktymbayeva, A. S. (2015), *Strategic planning in context of sustainable tourism development* // Scientific result. Technologies of business and service, №4(6), p. 11-16. Russia.

13. Robinson, M., Picart, D. (2009), *The Framed World: tourism, tourists and photography*, Lisbon: Ashgate, p. 276. Portugal.

14. *World Tourism Organization UNWTO* (2018) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www2.unwto.org/> (date of access: April 21, 2018). Spain.

Астапова Анна Игоревна, магистрантка 1 года обучения, Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби)

Astapova Anna Igorevna, master of 1 year of education, Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU)

УДК 339.16

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-2

Королева И. С.¹
Марциневская Л. В.²

**КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ
КАК РЕСУРС ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО
ТУРИЗМА**

¹) Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия.
koroleva_i@bsu.edu.ru

²) Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»), ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия.
martsinovskaya@bsu.edu.ru

Аннотация. В работе рассматриваются теоретические и методологические вопросы, связанные с оценкой культурно-исторического потенциала территории. Для апробации метода балльного анализа культурно-исторической информации с помощью ГИС-технологий был создан массив рекреационной информации об объектах и явлениях культурно-исторического наследия, а также оказываемых культурно-исторических услугах. Анализ массива рекреационной информации позволил провести типизацию усадеб по их культурно-исторической значимости и месторасположению, дифференцировать территорию по плотности объектов культурно-исторического наследия и их рекреационному потенциалу.

Ключевые слова: ГИС-технологии; культурно-исторический потенциал; базы данных; типология.

UDC 339.16

Koroleva I. S.¹
Martsinovskaya L. V.²

**HISTORICAL AND CULTURAL POTENTIAL
AS A RESOURCE FOR THE DEVELOPMENT
OF REGIONAL TOURISM**

¹) Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., 308015, Belgorod, Russia.
koroleva_i@bsu.edu.ru

²) Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., 308015, Belgorod, Russia.
martsinovskaya@bsu.edu.ru

Abstract. The paper deals with theoretical and methodological issues related to the evaluation of cultural and historical potential. To test the method of ballroom analysis of cultural and historical information with the help of GIS technologies there was created an array of recreational information about objects and phenomena of cultural and historical heritage, as well as cultural and historical services. The analysis of the array of recreational information allowed us to carry out the classification of estates by their cultural and historical significance and location, to differentiate the territory by the density of cultural and historical heritage sites and their recreational potential.

Keywords: GIS technologies; cultural and historical potential; databases; typology.

Введение. Особое значение в развитии туристско-рекреационных систем современного мира и сохранении геокультурного пространства страны занимает культурно-историческое наследие, отражающее традиции, обычаи, бытовой и хозяйственный уклад жизни народов России, определяющее особенности его культурно-исторического потенциала и выступающее носителем исторической памяти нации.

Культурно-историческое наследие представляет собой результат взаимодействия человека и природы, направленный на формирование природно-культурно-территориального комплекса, обладающего структурной, морфологической и функциональной целостностью, развивающегося в конкретных физико-географических и культурно-исторических условиях и имеющего связь с историческими событиями конкретного региона.

Основная часть.

Цель исследования – выявление наиболее перспективных направлений освоения культурно-исторического потенциала и изучение его современного состояния с применением геоинформационных технологий и методов балльной оценки.

Основные задачи исследования: изучение отечественного и зарубежного опыта оценки культурно-исторического потенциала территории, оценка культурно-исторического потенциала с применением методов балльной оценки и геоинформационных технологий, типизация объектов культурно-исторического наследия и создание картосхемы плотности культурно-исторических объектов.

Объект исследования – культурно-исторический потенциал Белгородской области и методы его оценки.

Предмет исследования – методический подход к разработке основ выбора стратегии оценки культурно-исторического потенциала территории.

Материалы и методы исследования. Методология и методы оценки культурно-исторического потенциала освещена в

трудах отечественных и зарубежных ученых: Ю. А. Веденина, Н. С. Мироненко, О. В. Смирновой, С. Н. Пияшова, Н. С. Кудоконцева, О. В. Серова, Н. А. Кумова, М. С. Безуглова, М. А. Стебенькова, С. В. Ситникова, Н. П. Рудникова, В. С. Кравцова, Л. С. Гринева, М. В. Копач, С. П. Кузик, И. В. Зорина, В. А. Квартальнова, Ван Циншен и др. Оценка культурно-исторического потенциала с использованием балльных методов представлена в работах Н. А. Кумовой, М. С. Безугловой, М. А. Стебеньковой, С. В. Ситникова, Н. П. Рудниковой.

В качестве критериев оценки используется насыщенность территории памятниками архитектуры, культуры, истории, археологии и искусства (Безуглова, 2007; Кумова, 2004; Рудникова, 2005; Стебенькова, 2003). Объекты археологии, истории и культуры, народной архитектуры, материальной культуры и фольклора, памятники оборонных, религиозных и гражданских сооружений, мемориальные памятники, дворцово-парковые комплексы, профессиональные и художественные промыслы учитывают при оценке историко-культурных ресурсов В. С. Кравцов, Л. С. Гринев, М. В. Копач и С. П. Кузик (Кравцов, 1999).

Оценка культурно-исторического потенциала направлена на выявление различий в насыщенности региона культурно-историческими объектами, явлениями и услугами и ее территориальную дифференциацию. В связи с этим в работах Е. Н. Карчевской предложена формула расчета показателя насыщенности культурно-историческими ресурсами:

$$I_{\text{культ.-ист.}} = \sum K_n^{ij} v_j,$$

где $I_{\text{культ.-ист.}}$ – показатель насыщенности культурно-историческими ресурсами i -го административного района, K_n^{ij} – величина коэффициента насыщенности культурно-историческими ресурсами j -го вида i -го административного района; v_j – весовой

коэффициент показателя (Карчевская, 2009).

При оценке рекреационного потенциала применяются традиционные (типологические, сравнительно-географические, картографические), балльные и экспертные методы оценки рекреационных ресурсов, математико-статистические методы (методы потенциалов и математического моделирования, факторного, порогового, регрессионного анализа) (Каймина, 2006). Среди отечественных и зарубежных ученых наиболее популярными являются методы балльных и экспертных оценок (Афанасьев, 2015).

В настоящее время исследователи активно применяют геоинформационные технологии для сбора, анализа, оценки рекреационных ресурсов и моделирования туристических процессов (Королева, 2007, 2015; Яковенко, 2000).

Результаты исследования и их обсуждение. В соответствии с отечественным и зарубежным опытом рекреационной

оценки культурно-исторического потенциала и с использованием метода балльной оценки и ГИС-технологий проводилась оценка потенциала региона с учетом его познавательной ценности и доли музеев, памятников архитектуры, искусства, истории, культуры, археологии и оказываемых культурно-исторических услуг. Пространственное распределение каждого типа культурно-исторических объектов по территории области определялась с использованием процедуры геоинформационного моделирования.

Белгородская область как часть геокультурного русского пространства отражает в своих памятниках различные исторические эпохи. Территория Черноземья была заселена еще в период палеолита, что подтверждается наличием на территории региона многочисленных стоянок того времени. В Белгородской области памятники археологии представлены во всех районах, за исключением Краснояружского и Ровенского районов (рисунок).

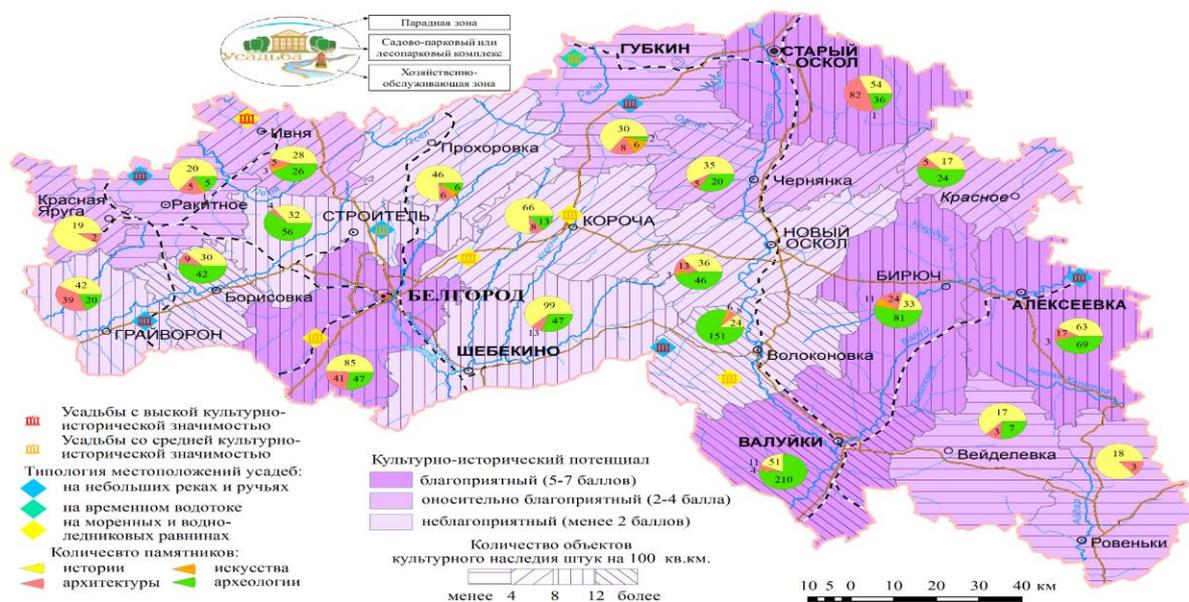


Рис. Культурно-исторический потенциал Белгородской области
Fig. Cultural and historical potential of the Belgorod region

Наиболее притягательными для проживания территориями в то время были долины рек, особенно место слияния рек Оскол и Валуй. В 2-х районах (Валуйском и Волоконовском) насчитывается более 260 памятников (29% от общего количества) (Дегтярь, 2016).

Особый интерес в Белгородской области вызывают поселения салтово-маяцкой, рюменской, праславянской, древнерусской и русской культур. Аутентичным объектом, сохранившим остатки нескольких археологических культур, является памятник Роменско-Борщевской, Древнерусской и Лесостепной культуры скифского времени, расположенный на северо-западной окраине с. Крапивное Шебекинского района. Хотмыжское городище (VII-X веков), Колтуновка, Ильинка в Алексеевском районе и Пороз в Грайворонском выступают в качестве элементов эколого-рекреационного каркаса территории и локусов местных рекреантов.

На территории Белгородской области расположено 123 памятника истории и культуры федерального значения (14,6% от общего количества). Памятники истории по территории региона расположены относительно равномерно. Как видно из картосхемы, 37% объектов истории сосредоточены в Белгородском, Корочанском, Алексеевском и Шебекинском районах, из них 11% приходится на последний район.

Особый интерес представляют исторические города. Их на территории региона 12 (Новый Оскол, Короча, Чернянка, Грайворон, Алексеевка, Борисовка, Бирюч, Ровеньки, Ивня, Белгород). Самым старым из них являются г. Старый Оскол и п. Валуйки. К сожалению, ни один из городов Белгородской области не вошел в перечень исторических поселений России (41 поселение).

Самый глубокий след в Белгородской области оставила Великая Отечественная война. 92,5% памятников истории от общего количества приходится в Белгородской области на памятники воинской славы и воинские захоронения. Память о ней хранит музейная дестинация «Прохоровское по-

ле», включающая в себя музей-диораму «Огненная дуга» в честь Танковой битвы под Прохоровкой в Белгороде, Государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле», открытый в 1995 году (Прохоровский район), многочисленные братские могилы и мемориальные комплексы.

В Белгородской области сохранилось всего 245 объектов архитектуры, 50% которых сосредоточены в 2 муниципальных районах – Старооскольском и Белгородском. Особый интерес для регионального познавательного туризма представляют памятники архитектуры XVIII-XIX веков (дом купца Селиванова, Преображенский собор, «Круглое здание», дом Любивога, Михайлоархангельская, Троицкая и Крестовоздвиженская церкви с интерьером) и объекты, относящиеся к XIX веку – усадьбы купца Корнева (включающая главный дом, флигель и ледник) и А.А. Карамзиной-Клеймихель (главный дом и часть парка). Из архитектурно-религиозных объектов наибольший интерес представляют Воскресенская церковь, храм святителя Тихона Задонского, Покровская церковь, Смоленский, Успенско-Никольский соборы, 58-метровый белокаменный храм святых апостолов Петра и Павла, возведенный в честь погибших защитников Отечества.

Оценивая культурно-исторические объекты региона, следует особое внимание уделить усадебно-парковым комплексам дворянских усадеб. В Белгородской области находится 12 усадебных комплексов с 11 памятниками садово-паркового искусства (таблица). Данные объекты следует относить к провинциальным усадьбам, сформированным под влиянием традиций центральных губерний России в XIX-XX веках. Внешний облик усадеб достаточно разнообразен, поскольку это обусловлено функциональным назначением построек и отражает вкус и состоятельность их владельцев, моду и традиционные представления о сельском быте и т.д. В связи с

этим, целесообразно усадебно-парковые комплексы типизировать по их культурно-исторической значимости. Для этого были использованы такие критерии, как ценность, аутентичность и системное единство. Уса-

дебно-парковые комплексы Белгородской области с позиции культурно-исторической значимости были объединены в 2 группы: с высокой и средней культурно-исторической значимостью (см. рис.).

Таблица

Культурно-историческая значимость и рекреационная ценность усадебно-парковых комплексов

Table

Cultural and historical significance and recreational value of manor and park complexes

Название	Типология местонахождения	Значимость	Ценность	S, га
Усадьба Д.П. Алферова	на волнисто-холмистых равнинах	образец мелкопоместной усадьбы, построенной в период эклектики, с хорошо сохранившимися главным домом, липовой аллеей, прудом и частично сохранившимся садом.	средняя	–
Усадьба «Балабанова»	на волнисто-холмистых равнинах	историческую и культурную ценность представляют 12 старовозрастных деревьев	средняя	–
Усадьба «Архангельское»	на временном водотоке	памятник садово-паркового искусства конца XIX–XX века – редчайший образец чисто кустарникового пейзажного парка России.	средняя	25
Усадьба «Богословка»	на небольших реках и ручьях	памятник садово-паркового искусства середины XIX века – характерный образец регулярно мелкопоместного парка, связанный с именем В.Ф. Раевского.	высокая	–
Усадьба «Борисовка»	на небольших реках и ручьях	небольшой регулярный усадебный парк середины XIX века – образец умелого использования малых площадей во внутрисельском паркостроении.	высокая	6
Хутор Градовских	на волнисто-холмистых равнинах	интереснейший памятник садово-паркового искусства пейзажного стиля с оригинальной планировкой, с большими садами, системой прудов – образец прекрасного использования местного ландшафта.	средняя	25
Усадьба Волконских	на небольших реках и ручьях	старинный липовый парк XIX века с деревьями-долгожителями представлен вековыми деревьями.	средняя	–
Усадьба «Ивня»	на волнисто-холмистых равнинах	памятник садово-паркового искусства середины XIX века с оригинальной смешанной планировкой.	высокая	16
Усадьба «Ракитное» Юсуповых	на небольших реках и ручьях	прекрасный пейзажный парк – памятник садово-паркового искусства середины XIX века с эффективной системой каскадных прудов.	высокая	35
Усадьба «Удэровка» Станкевичей	на небольших реках и ручьях	небольшой регулярный парк – памятник садово-паркового искусства первой половины XX века, связанный с именами Н. В. Станкевича, Никитенко, В. Г. Белинского, Щепкина, К. Барона.	высокая	4
Слобода «Хорватов». Парк	на небольших реках и ручьях	памятник садово-паркового искусства второй половины XIX века смешанного стиля с доминированием регулярного. Один из немногих хорошо сохранившихся парков на территории области.	высокая	21

В дальнейшем проводилась типизация усадебно-парковых комплексов в соответствии с их ландшафтно-структурным размещением на уровне ландшафтных провинций. В ландшафтном отношении усадьбы Белгородчины относятся к 3 типам: усадьбы, расположенные на небольших реках и ручьях; на моренных и водноледниковых равнинах; на переменном водотоке.

Сохранившиеся старинные усадьбы с парками (первой половины XIX – начала XX века) располагаются в Алексеевском, Волоконовском, Грайворонском, Губкинском, Яковлевском, Белгородском, Ивнянском, Корочанском, Ракитянском районах. В трёх районах находится по две усадьбы: Волоконовском, Губкинском и Корочанском.

В настоящее время усадебно-парковые комплексы Белгородской области используются как музеи, санатории, школы, жилые дома. Данные обстоятельства не всегда благотворно сказываются на их состоянии и сохранности. Усадьбы имеют статус памятников регионального значения и находятся в ведении Управления государственной охраны объектов культурного наследия Белгородской области.

Неотъемлемой частью культурного наследия, отражающей значимый эпизод истории и жизни России и Белгородской области, являются памятники искусства. На территории Белгородской области находится 48 памятников искусства – это памятники маршалам И.С. Коневу и Г.К. Жукову, генералу И.Р. Апанасенко, генерал-майору М.П. Лебедю, старшему лейтенанту А.И. Попову, герою Советского Союза летчику А.Г. Васильченко, памятник В.И. Ленину и другие.

Достопримечательные места в области находятся в Белгородском районе: местонахождение Свято-Троицкого мужского монастыря и «Белгородской крепости на берегу реки Везелицы».

Важная роль в просвещении и приобщении к природному, историческому, куль-

турному и художественному наследию, ознакомлению с культурой, традициями и бытом наших предков и развитию регионального познавательного туризма и краеведения принадлежит музеям региона. В настоящее время на территории Белгородской области действуют государственная программа Белгородской области «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014 – 2020 гг.», Национальная программа детского туризма «Моя Россия» и другие, способствующие приобщению подрастающего поколения к культурно-историческому наследию, возрождению народных традиций, сохранению культурно-исторических объектов, открытию новых музеев. В Белгородской области в 2016 году увеличилось количество музеев в 2 раза по сравнению с 2000 годом, до 44. В основном музеи сосредоточены в гг. Белгород и Старый Оскол, но и в районах имеются интересные с туристско-рекреационной точки зрения музеи.

Культурно-историческое наследие региона представляет собой не только отдельные объекты, но систему, насыщенную разнообразными культурно-историческими явлениями и услугами. В регионе на базе музеев проводятся событийные мероприятия, направленные на возрождение народных традиций и обрядов. Народные промыслы и ремесла сохраняют в Белгородской области в музеях и 22 домах ремесел. На 1 января 2017 года декоративно-прикладным искусством занимаются около 4 тыс. человек. В регионе функционирует 1068 клубных формирований декоративно-прикладного творчества, которые посещает более 13 тыс. человек. В регионе были возрождены лозоплетение, вышивка, лоскутное шитье, роспись по дереву, изготовление кукол и глиняных игрушек, иконопись и другие, поскольку народные художественные промыслы выступают в качестве аттрактивного фактора в привлечение туристского потока (Яковенко, Комов, 2016). Сопряженный анализ сочетаемости данных геокультурных эле-

ментов позволил осуществить оценку регионального геокультурного ландшафта и выявить внутриобластные различия в территориальной организации историко-культурного наследия. Пространственный анализ показывает, что археологическими объектами представлена типологически большая часть объектов культурно-исторического наследия, связанная с историей заселения территории в железных и бронзовых веках и формированием русской государственности. Лидирующее положение в области по насыщенности охраняемыми объектами занимает Валуйский район и обладает «благоприятным» историко-культурным потенциалом. Высокую качественную оценку историко-культурного потенциала также имеют Белгородский, Алексеевский, Красногвардейский и Старооскольский административные районы. На территории Алексеевского и Красногвардейского районов памятники располагаются достаточно равномерно, в Белгородском и Старооскольском районах объекты культурного наследия тяготеют к административным центрам.

Семь муниципальных районов области: Вейделевский, Губкинский, Ивнянский, Краснояружский, Красненский, Ракитянский и Чернянский объединены в группы с «относительно благоприятным историко-культурным потенциалом». Данные районы характеризуются большим количеством и многообразием недвижимых памятников, и удовлетворительной степенью их сохранности. Замыкает группу объединенных административных районов восьмёрка, состоящая из муниципальных образований с неблагоприятным историко-культурным потенциалом. Значимость этих памятников в культурном пространстве области не высока. И, тем не менее, и памятники этих районов могут вполне успешно выполнять просветительские и рекреационные функции.

Заключение. Белгородская область обладает богатейшими, аттрактивными и аутентичными культурно-историческими объектами и явлениями. Районы Белгород-

ской области разнообразны по характеру рекреационных ресурсов, соотношению культурно-исторических и экотуристических объектов, по возможности их использования для целей туризма.

Отдельные инициативы музейных работников позволили возродить народные промыслы в Борисовском и Шебекинском районах, а инициатива Н.И. Рыжкова дала новый вектор развития музея-заповедника «Прохоровское поле». Действующие государственные программы: «Развитие культуры и искусства Белгородской области на 2014 – 2020 гг.» и Национальная программа детского туризма «Моя Россия» способствовали формированию у подрастающего поколения интереса к краеведению и культурно-историческому наследию Российской Федерации. Положительные результаты в регионе дает и концепция развития музейной деятельности Российской Федерации на период до 2020 года. Все это открывает возможность для формирования эксклюзивного регионального туристического продукта и развития познавательного туризма искусствоведческой и литературной направленности, исторического, архитектурного, религиозного, сельского, этнического и музейного видов туризма.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: author have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Afanasiev O. E. Socio-economic recreational and tourism resources of dependent territories of the world: experience of assessment / O. E. Afanasiev // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т.1, № 4 (6), 2015.
2. Безуглова, М. С. Культурно-исторический туристско-рекреационный потенциал Астраханской области и его использование / М. С. Безуглова. Дис. ... к.г.н. 25.00.24. – Астрахань, 2007.
3. Дегтярь, А. В. Рекреационный потенциал Белгородской области и развитие водного ту-

ризма / А. В. Дегтярь // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 2, № 3, 2016.

4. Каймина, К. В. Природно-рекреационный потенциал: дис. ... канд. эконом. наук / К. В. Каймина. – Новосибирск: СГГА, 2006.

5. Карчевская, Е. Н. Развитие туристско-рекреационной деятельности в экологически проблемном регионе (на примере Гомельской области) / Е. Н. Карчевская // Псковский региональный журнал. № 7. – Псков: ПГПУ, 2009. – С. 110-117.

6. Кравців, В. С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери: Наукове видання. – Львів. – ІРД НАН України. – 1999. – 78 с.

7. Королёва, И. С. Использование ГИС-технологий для оценки ландшафтно-рекреационного потенциала / И. С. Королёва // Геоэкология и рациональное природопользование: от науки к практике: материалы Всерос. науч.-практической конф. молодых ученых (с междунар. участием). Белгород, 2007. С. 18-21.

8. Королева, И. С. Теория и методология рекреационной оценки лесных угодий с помощью ГИС-технологий / И. С. Королева, А. Н. Петин // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т.1, № 2, 2015.

9. Кумова, Н. А. Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала региона (на примере Курской области): дис. ... канд. геогр. наук / Н. А. Кумова – Курск, 2004. – 207 с.

10. Рудникова, Н. П. Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала региона (на примере Орловской области): дис. ... канд. геогр. наук / Н. П. Рудникова. – Орел, 2005. – 196 с.

11. Стебенькова, М. А. Комплексная оценка природного туристско-рекреационного потенциала Астраханской области: автореф. дис. канд. геогр. наук / М. А. Стебенькова. – Волгоград, 2003. – С.21-22.

12. Яковенко, И. М. Возможности ГИС-технологий в географических исследованиях и региональном управлении рекреационным природопользованием. 2000. Режим доступа: <http://dataplus.ru> (дата обращения: 24.05.2018).

13. Yakovenko, N. V. Folk crafts as an innovative factor of tourism development in the region (using an example of Voronezh region) / N. V. Yakovenko, I.V. Kотов // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 2, №3, 2016.

References

1. Afanasiev, O. E. (2015), *Socio-economic recreational and tourism resources of dependent territories of the world: experience of assessment*, Research Result. Technologies of Business and Service. Vol.1, № 4 (6).

2. Bezuglova, M. S. (2007), *Cultural-historical tourist and recreational potential of the Astrakhan region and its use*, discg. 25.00.24. Astrakhan.

3. Degtyar, A.V. (2016), *Recreational potential of the Belgorod region and development of water tourism*, Research Result. Technologies of Business and Service. Vol. 2, № 3.

4. Kaimina, K. V. (2006), *Natural and recreational potential*: dis. ... cand. economy. Sciences, Novosibirsk: SSGA.

5. Karchevskaya, E. N. (2009), *Development of tourist and recreational activities in an ecologically problem-plagued region (on the example of the Gommel region)*, Pskov Regionological Journal. № 7. Pskov: PSPU, 110-117.

6. Kravtsiv, V. S. (1999), *Scientific-methodical problems of reformation of the recreational sphere*: Naukove vidannya. Lviv. IRD NAS of Ukraine. 78 p.

7. Koroleva, I. S. (2007), *The use of GIS-technologies for the estimation of landscape and recreational potential*, Geoecology and rational nature management: from science to practice: materials of All-Russian scientific and practical conf. of young scientists (with international participation). Belgorod, 18-21.

8. Koroleva, I. S. (2015), *Theory and methodology of recreational assessment of forest lands using GIS-technologies*, Research Result. Technologies of Business and Service. Vol.1, № 2.

9. Kumova, N. A. (2004), *Integrated assessment of the tourist and recreational potential of the region (on the example of the Kursk region)*, dis. ... cand. geogr. Sciences, Kursk, 207 p.

10. Rudnikova, N. P. (2005), *Integrated assessment of the tourist and recreational potential of the region (on the example of the Orel region)*, dis. ... cand. geogr. Sciences, Orel, 196 p.

11. Stebenkov, M. A. (2003), *Comprehensive assessment of the natural tourist and recreational potential of the Astrakhan region: the author's abstract*. dis. Cand. Of geogr. Sciences, Volgograd, 21-22.

12. Yakovenko, I. M. (2000), *Possibilities of GIS-technologies in geographical researches and regional management of recreational nature man-*

agement. Access mode: <http://dataplus.ru> (Accessed May 24, 2013).

13. Yakovenko, N.V. (2016), *Folk crafts as an innovative factor of tourism development in the region (using an example of the Voronezh region)*, Research Result. Technologies of Business and Service. Vol. 2, N3.

Королева Инна Сергеевна, кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса
Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)

Koroleva Inna Sergeevna, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the

Department of Tourism and Social and Cultural Services

Belgorod State National Research University

Марциневская Лариса Владимировна, кандидат географических наук, доцент кафедры природопользования и земельного кадастра
Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)

Martsinevskaya Larisa Vladimirovna, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Nature Management and Land Cadastre

Belgorod State National Research University

UDC 338.246.8

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-3

Plokhikh R. V.¹
Sakypbek M. A.²
Asipova Zh. M.³

COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM ACCORDING TO «ALMATY – BISHKEK CORRIDOR INITIATIVE (ABCI)»

¹ Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU), 71 Al-Farabi Ave., MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan.

rplokhikh@gmail.com

² Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU), 71 Al-Farabi Ave., MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan.

sakypbek@gmail.com

³ Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU), 71 Al-Farabi Ave., MAB 6, Almaty, 050040, Kazakhstan.

asipova@gmail.com

Abstract. The paper introduces a problem of formation and development of Almaty – Bishkek Corridor Initiative (ABCI). There were indicated that tourist corridors operate most effectively in terms of preferential treatment common customs, economic and cultural space. In addition, there were given general characteristic of the corridor Almaty – Bishkek. It is noted that the purchase and sale of services between the cities of Almaty and Bishkek, including trade and tourism, prevails now in direct bilateral economic exchange. There were provided the principles of the establishment and operation of the tourist corridor Almaty – Bishkek. Since Kazakhstan and Kyrgyzstan have long been a part of the Soviet Union, most of the characteristics are the similar. There were shown barriers for the development of tourist services in the corridor Almaty – Bishkek that appear due to different types of costs. There were determined the possible directions of work on the interaction of the Republic of Kazakhstan and the Kyrgyz Republic within the framework of the development of tourism on the corridor Almaty – Bishkek. Nowadays in the world has been developed a wide range of approaches, methods and tools for the development of tourism corridors. They all require detailed study and then can be adapted and applied to the conditions of the corridor Almaty – Bishkek.

Keywords: Almaty – Bishkek Corridor Initiative (ABCI), tourist corridor, tourism, recreation, development, prospects.

УДК 338.246.8

Плохих Р. В.¹
Сакыпбек М. А.²
Асипова Ж. М.³

**СОТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
СОГЛАСНО «ALMATY – BISHKEK CORRIDOR INITIATIVE
(ABCI)»**

¹ Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Республика Казахстан.
rplokhikh@gmail.com

² Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Республика Казахстан.
sakypbek@gmail.com

³ Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби), пр. аль-Фараби, 71, ГУК-6, г. Алматы, 050040, Республика Казахстан.
asipova@gmail.com

Introduction. The Tourist Corridor (TC) – a modern approach to the planning of recreation and tourism at regional, national and international levels. Its origins can be found in the XIX century, when travel became popular among the richest people by the train on the route «The Orient Express». The most famous of these is «Paris – Istanbul» (6 days / 5 nights). There are other similar examples: «The Eastern & Oriental Express» (Bangkok – Singapore), «The Orient Express» (Moscow – Beijing), “The Great South Pacific Express” (coast of Australia), «Rovos Rail» (South Africa and Namibia) and others. Modern tourist corridors are not always linked to the international railway lines. For example, in Europe there are The European Mozart Ways (Austria), The Royal Road (St-Petersburg – Helsinki), The Baltic and Azov Green path (St-Petersburg – Crimea), pilgrimage routes of the Middle Ages, the historical route of military raids and mass migrations.

Transport logistics of tourist corridor (TC) is based on a modern infrastructure, and the infrastructure of previous eras. Before the advent of railways and roads, people rode horses and walked from one village to another. Such paths were made among springs, wells and watering places, and their slopes were gentle, since horse carriages had no

brakes. Roads went through the main streets with markets and religious objects, buildings and the best fairground, stalls and workshops.

TC is a progressive and integrated approach to the use of natural resources and cultural heritage, focusing on the inclusion of small and medium-sized businesses along the corridor defined in the manufacture of a wide range of tourism products and services. This does not develop competition, however it brings to cooperation, the development of common ideas and common style of tourist services, mutual entities of the tourist complex, tourism professionals, representatives of sectoral universities, research organizations and intellectuals. Brand TC forms the natural, historical, cultural and socio-economic attractors (attractive places and objects), an unusual way of life of local people, customs, celebrations and traditional way of life of previous eras and others.

TC operates most effectively under the regime of common customs, economic and cultural space. Organizing of material, financial, information and tourist flows are the guarantors of the fast turnover of capital and high-quality service. Modern TC is a combination of territorially related natural and economic systems, concentrating on the general direction as the main attractors and all the

necessary transport for the traveler, and life-supporting infrastructure.

Main part. Almaty and Bishkek are connected by the highway with the distance of 237 km, and in a straight line – 194 km. There are numerous economic, cultural and historical ties between them. The cities are the largest in their respective countries: on 01.01.2016, the number of Almaty population was 1.7 million people, Bishkek – 958.5 thousand people (The Committee on Statistics of the NEM of the RK, 2015, 2016). Each city is characterized by a high level of per capita income in the country. The cities have a high similarity, and a huge potential for growth through regional cooperation. The Tourist component Almaty – Bishkek Corridor Initiative (ABCI) began to be discussed in the spring of 2016 in the evaluation of individual prospects and directions of cooperation in the economic corridor between the cities of Almaty (Kazakhstan) and Bishkek (Kyrgyzstan). The project was developed as a program of CAREC member (Central Asia Regional Economic Cooperation or CAREC), partner institutions which are the Asian Development Bank, the European Bank for Reconstruction and Development, the International Monetary Fund, the Islamic Development Bank, the United Nations Development Programme, the World Bank (CAREC Program, 2013-2016). The Memorandum of Understanding between Almaty and Bishkek city administration was signed on 11/06/2014 with the purpose of realization of initiatives. For the development of tourist ABCI component there are the following important tasks:

to promote research to establish a knowledge base for identifying areas of joint cooperation and coordination, including investments in infrastructure projects;

to provide a platform for the coordination of strategies for planning, sharing of information, experiences and ideas;

to develop innovative solutions and approaches for sustainable growth based on knowledge and experience;

promotion of cooperation between public authorities, associations of local government, business structures, scientific organizations, and development of public-private partnerships;

coordination of work in different aspects of corridor development, including strategic planning, urban infrastructure, innovation, technology, entrepreneurship, networking, promoting the development of key economic sectors;

cooperation in the field of spatial planning for the diversification and growth of economic clusters and investment (Almaty-Bishkek economic corridor, 2014: 3).

Technical analysis in order to identify opportunities for the development of ABCI was submitted to the CAREC Secretariat study. It covers three areas:

1) transport corridors in order to improve internal transport networks within Member States;

2) transit corridors to improve cross-border transport connections and the flow of goods;

3) economic corridors with the existing links, additional infrastructure, policies and institutions to promote economic activities in spatial clusters (cities) (Asian Development Bank, 2014: 65).

The joint working group in the first phase (2015–2016 years) should define the infrastructure, policies and institutional requirements for promoting ABCI. At the first meeting on December 22-23, 2014 in Bangkok (Thailand), there were identified the following areas for analysis: urban planning, agriculture, education, health, tourism, infrastructure, the growth of the material and technical base. The Asian Development Bank promotes technical and economic analysis in the work of the joint working group and identify potentially promising projects for financing, including the private sector and other partners

Materials and methods. The research is based on the general scientific and special methods that allow taking into account the specifics of the problem; the methods include

some general scientific methods used in the analysis, systematization, abstraction, analogy, extrapolation. For particular methods category are target-oriented, structural-functional, processing and presentation of information.

Literature review. As information sources there were used texts, graphics, statistics and maps, which can be obtained from the Internet and library databases.

Most author's publications, official materials of international organizations have been researched.

It is especially necessary to note the following data sources: The Central Asia Regional Economic Cooperation Program (CAREC) (<http://www.carecprogram.org/>); State Project Institute «Kazdorproekt» (<http://kazdor.com/>); Asian Development Bank (<http://www.adb.org/>); Development Agency of Bishkek (<http://cda.kg/ru/>); Almaty City Administration (<http://almaty.gov.kz/>); The United Nations Commission on Sustainable Development (<http://www.gdrc.org/>); the United Nations World Tourism Organization (<http://www2.unwto.org/>); The International Ecotourism Club (<https://ecoclub.com/>); The Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (<http://www.toinitiative.org/>); The Global Sustainable Tourism Council (<http://www.gstcouncil.org/>); The Astana Economic Forum (<http://astanaforum.org/2014/>); online databases “EBSCO Information Services” (<https://www.ebsco.com/>), “The Scientific Electronic Library Online” (<http://www.scielo.br/>), “ScienceDirect” (<http://www.sciencedirect.com/>), “Scopus” (<http://www.scopus.com/>), “SpringerLink” (<http://link.springer.com/>), “Taylor & Francis Group” (<http://www.tandfonline.com/>), “John Wiley & Sons” (<http://eu.wiley.com/WileyCDA/>), “Cambridge University

Press” (<http://journals.cambridge.org/>), “Oxford University Press” (<http://services.oxfordjournals.org/>), “Web of Science, Thomson Reuters” (<http://thomsonreuters.com/en.html>).

Results and discussion. The basic idea of any TC is the concentration of tourist flows on the main areas that have the highest recreational-tourism potential and high-level arrangement. As a result, there will be formed an optimal mode of functioning of the enterprises of tourist and related facilities, as well as the depreciation of their products due to the emergence of synergy effects. The latter appear in the case of full harmonization of tourism policies among all stakeholders and interested parties of tourism business.

It can be defined as the general principles of operation and TC, depending on the specifics of the territory. Since Kazakhstan and Kyrgyz Republic have long been a part of the Soviet Union, most of the characteristics for which resembles (fig.).

Depending on the purpose of creation, the level of interaction between the interested parties in the establishment and nature of economic activity control TC can be transit (a transit corridor), fixed (a stationary corridor) or developing (a development corridor). The main purpose of transit TC is to create conditions for the smooth and efficient flow of tourists in a particular area of tourist destinations. Creating fixed TC is aimed at the introduction of favorable customs, fiscal, administrative, and other regimes and the provision of additional services to promote tourism in the regions or countries which it connects. Developing TC is focused on a system-forming role in the development of the territories which it passes. Its creation is linked to the project of development of branches of economy and social sphere of specific regions or countries. Thus, ABCI is difficult to attribute to any type of classification. Therefore, we can distinguish a special type of TC - mixed.

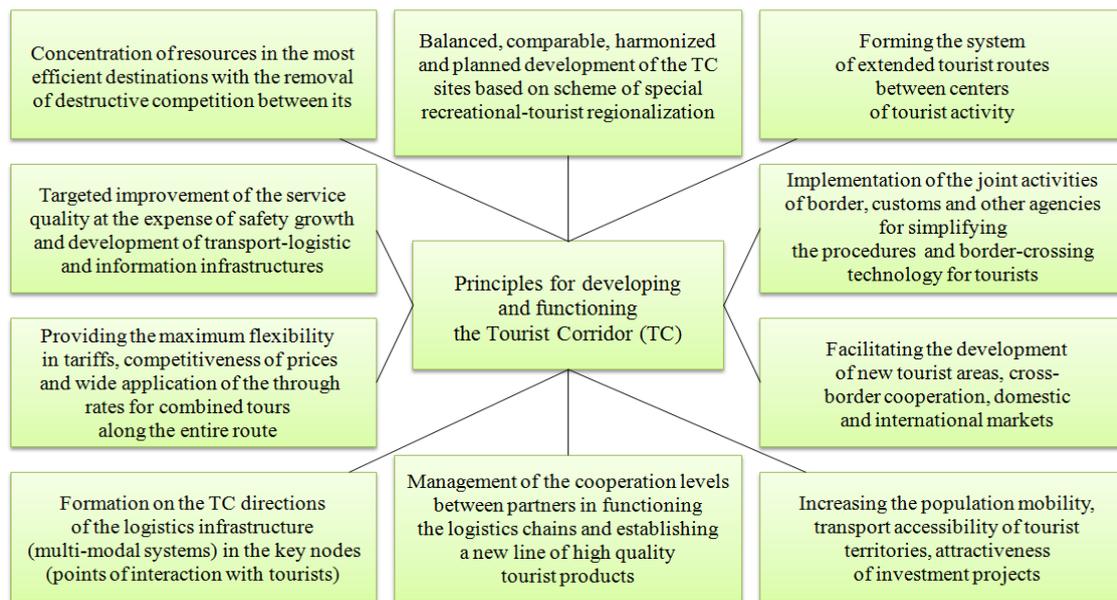


Fig. Principles for developing and functioning of the Tourist Corridor (TC)

ABCI includes Almaty, Zhambyl regions in the territory of the Republic of Kazakhstan, Bishkek and Chui region partly in the territory of the Kyrgyz Republic, as well as, if we consider as a major attractor Issyk-Kul, partially Issyk-Kul region. The very international route “Almaty – Bishkek” includes the highway A2, the M39 motorway section (part of the part of the transport and logistics corridor “Western Europe – Western China”), a section of the motorway A365. In 2007, the three versions of the passage of the new route “Almaty Issyk-Kul” has been studied through settlements Mikhaylovka, Karabulak-Kemin (Bystrovka) and Kichi-Kemin. The optimal pre-determined route was through Mikhailovka, with the length of 280 km, including 90 km of the road that is expected to be built. One kilometer of the road and bridge over the boundary Shu river is located on the territory of the Kyrgyz Republic, after this part the international highway continues to the road “Bishkek-Balykchi”. A detailed feasibility study has not been elaborated.

The population density in the final localities of ABCI – Almaty and Bishkek makes up 2 317 and 5 100 persons per 1 km² accordingly. In the territory of Almaty region – 8,5 persons per 1 km², in the Zhambyl region – about

7,6 persons per 1 km², Chu region – about 42,7 persons per 1 km² (the materials of the study and prognosis of natural and man-made processes in the Kyrgyz Republic, 2015, 2016). 24,2 % of Almaty region’s population are city dwellers, this indicator in the Zhambyl region is 40,5 %, in the Chu region is 18 % (The Committee on Statistics of the NEM of the RK, 2015, 2016). Along the transport corridor within Almaty and Zhambyl regions equally with low density there can be observed a low level of economic activity. These territorial administrative units of Kazakhstan are predominantly agricultural. The specific gravity of agritourism in the gross regional product (GRP or state output) of Almaty region is 23,2 %, in Zhambyl region – about 16,9 %. The service sector takes 17,2 % of GRP in Zhambyl region (Smailov, 2014: 420). In the Chui region the specific gravity of agriculture (mainly, crop and dairy & meat production) in the GRP is 92,1 %. Other vital production services are food, construction and metallurgy. In the sector of production, construction, transport and communication sector one can observe a rise in the last decade. The specific gravity of services is 2,4 % GRP. In three areas of the Chui region near the Bishkek city there is a free economic

zone, which has been functioning since 1995 and includes about 90 enterprises with investments from more than 20 countries and with 2500-3000 job places (The Information portal of the Chui oblast state administration, 2016: 18).

A purchase and sale of services between Almaty and Bishkek cities, including a trade, are predominated in bilateral direct economic exchange. Through Bishkek to Almaty formally and informally there is an export of fruits and vegetables, meat, livestock (cattle, horses, sheep). Tourism, health, education, finance are the other important sectors in the economic exchange of services between these cities. There are seasonal tourist flows from Kazakhstan to Issyk-Kul and ski resorts of Kyrgyz Republic, and tourists from Kyrgyz Republic use flights from the Almaty International airport and trains from the Chui station in Zhambyl region. According to specifics of economic activity, Almaty specializes in complicated, capital-intensive and expensive services (for instance, high-tech medical and instrument-making), and Bishkek in its turn offers alternative services based on qualified, but less expensive specialists (for example, higher education) and equipment (e.g., dental). Higher education is a vivid example of service exchange between Almaty (expensive and branded universities) and Bishkek (reasonable prices and good quality). Noticeable authority in service sector, which is exported from Bishkek to Almaty, have car repair services (The Asian Development Bank, 2014:17–18).

The barriers, which hinder the development of tourist services in ABCI have appeared as a result of several types of costs: tariff and non-tariff constraints, transport expenses, administrative obstacles, disagreements on contracts with transaction costs, financial problems, corruption, the cost of distribution into individual and group tourist

products, the market structure of tourism sector (e.g., an Agreement on transport and accommodation, etc.). Under these conditions the main approaches to ensure the effective functioning of ABCI can become:

- 1) the formation of the coordinated tourism policy;
- 2) the creation of a unified regulatory framework to ensure the development of recreation and tourism;
- 3) the development of scientific and applied, methodological, human, institutional, technological and information support for the development of recreation and tourism;
- 4) phased and targeted introduction for up-to-date technologies of cross-border tourism;
- 5) formation of the complex interaction and cooperation of all tourism market's stakeholders.

A vital priority in interaction between Kazakhstan and the Kyrgyz Republic in the development of products and services of TC and the achievement of strategic aims to increase investment attractiveness and competitiveness of recreation and tourism includes a fully coordinated arrangement of activities to build, upgrade and branding typical and unique types of recreation and tourism. Moreover, the joint development and implementation program of integrated development of ABCI on the main directions of service, including the development of tourist centers and approaches to them, allows to lay the foundation for long-term and successful actions to ensure the linking of investment plans of individual participants and neutralize the risks of the creation of “bottlenecks” within TC for individual member-states. Table shows the possible work directions in the interaction between the Republic of Kazakhstan and the Kyrgyz Republic within the framework of the tourism development in ABCI.

Table

Possible directions of work in the interaction between the Republic of Kazakhstan and the Kyrgyz Republic within the framework of the tourism development in ABCI

Areas of work	Priorities of work
Inventory and assessment of tourist infrastructure and service's quality along the international transport corridor	■□□
Elaboration of inventory and catalogue of tourist resources, facilities and infrastructure on the basis of peer review for their effective use	■□□
Making a scheme of special recreational and tourist territory zoning	■□□
Development of scientific support for a coordinated system of quality standards for the provided tourist services	■□□
Developing cooperation mechanisms for practice-oriented training of tourism personnel (practitioners and academic mobility)	■□□
Creating a common online resource with described tourist products (attractors)	■□□
Development of the promotion program of tourist products in the domestic and international markets through electronic and print media and social	□■□
Creating a long-term, special, recreational and tourist territorial development scheme	□■□
Drawing up the unified strategy of human rights and interests protection by the coordination way of states activity in the ensuring of tourist's safety	□■□
Working up the transboundary tourist routes in the border territories	□■□
Creation of the program for organizing of the route "ABCI Golden Ring"	□■□
Elaboration of international tourist and excursion itineraries to develop ecological and rural tourism	□□■
Elaboration of international tourist and excursion itineraries to places of important historical events and activities of prominent historical figures of the Kazakh and Kyrgyz people	□□■
Elaboration of "nostalgic" tours for the tourists from Kazakhstan, Kyrgyzstan and other CIS countries, who is living in other countries	□□■
Promotion of tourist opportunities for conducting the international ethnographic festivals	□□■
Formation of a portfolio of joint projects to preserve and extend the potential of tourist territory and to improve the effectiveness of conservation activities	□□■

Note: ■□□ – a very high; □■□ – high; □□■ – mild.

For more detailed analysis of tourist component of ABCI and predicting the effectiveness, competitiveness of recreation and tourism there can be applied the following approaches:

- a direct assessment of data about the tourist complex's object according to time and expenses for their improvement;
- a study of tourist flows based on the gravity model and on the determining of at-

tractor's opportunities according to threshold indicators;

- an assessment of price differentiation and price differences by identifying the behavior of comparative prices on objects of tourist complex.

Conclusion. A brief analysis of theoretical and practical aspects of the ABCI tourist complex's formation indicates, on the one hand, the existing experience in this area, on

the other hand, this raises the difficulty in studying this problem. Among the most important findings there should be noted the followings:

- it is well represented and is available to different information sources on the issue;

- TC – a progressive and integrated approach to use the natural resources and cultural heritage, which are oriented to business incorporation in the production of a wide range of tourist products and services with logistics based on modern and past historic periods of the infrastructure;

- TC brand is formed by natural, historical and cultural, social-economic attractors (attractive places and objects), unusual life style of local people, customs, celebrations and traditional ways of life of previous periods, as well as other specific characteristics;

- TC operates more efficiently, if is a combination of geographically related natural and economic systems, concentrating on the general direction as the main attractors and all the necessary transport and life-supporting infrastructure for the traveler;

- with the aim to implement ABCI, there was signed a memorandum of understanding between Almaty and Bishkek cities administrations, which includes a number of vital tasks for development of the tourist complex;

- buying and selling of services between Almaty and Bishkek cities, including trade and tourism, prevails now in the direct bilateral economic exchange;

- ABCI can be described as a special type of TC – mixed corridor;

- there are 10 principles of creation and functioning of ABCI;

- there are some barriers standing on the way of tourist service development in ABCI, which appear as a result of several types of costs;

- the main approaches to ensure the effective functioning of ABCI may include the formation of a tourism policy;

- the creation of a unified regulatory framework to ensure the development of recreation and tourism;

- the development of scientific and applied, methodological, human, institutional, technological and information support for the development of recreation and tourism;

- phased and targeted introduction for up-to-date technologies of cross-border tourism;

- formation of the complex interaction and cooperation of all tourism market's stakeholders;

- there are 10 possible directions of work in the interaction between the Republic of Kazakhstan and the Kyrgyz Republic within the tourism development framework of ABCI;

- for more detailed analysis of tourist component of ABCI and predicting the effectiveness, competitiveness of recreation and tourism can be applied in direct evaluation of the data about the objects of tourist complex according to the time and expenses to their improvement;

- studying a tourist flows on the basis of the gravity model and defining the opportunities according to the threshold indicators;

- evaluating the differentiation of the price and price differences with identifying the behavior of comparative prices to tourist complex's objects.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

References

1. *Committee on Statistics of the NEM of the RK: official statistical information, operational data (express information, bulletins)* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT116585> (date of access: May 10, 2016). Republic of Kazakhstan.

2. *National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic: official statistics, population, operational information* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.stat.kg/ru/statistics/naselenie> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

3. *Almaty – Bishkek economic corridor CAREC Program* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.carecprogram.org/index.page=economic-corridor-development> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

4. *Memorandum about understanding between Akimat of the Almaty city and Administration of the Bishkek City in initiative «Almaty-Bishkek economic corridor»* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.carecprogram.org> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

5. *Operationalizing Economic Corridors in Central Asia: a case study of the Almaty Bishkek Corridor Program* (2014) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.carecprogram.org/ru> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

6. *The first meeting of the Joint Working Group on the initiative of «Corridor Almaty – Bishkek» CAREC Program* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.carecprogram.org/ru/index.php?page=abci-meeting> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

7. *Committee on Statistics of the NEM of the RK: official statistical information, operational data (express information, bulletins)* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT105375> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

8. *The materials of the study and prognosis of natural and man-made processes in the Kyrgyz Republic, Bishkek: Ministry of Emergency Situations of the Kyrgyz Republic* (2016) [Electronic resource]: – Access mode: <http://www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT116587> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

9. Smailov A. A (2014), *Regions of Kazakhstan in 2014* // Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan, p. 420. Republic of Kazakhstan.

10. *Information portal of the Chui oblast state administration* (2017) [Electronic resource]: – Access mode: <http://gov.kg/chuy/> (date of access: May 10, 2016). Kyrgyz Republic.

Список литературы

1. Об уточненной численности населения Республики Казахстан на начало 2016 года / Комитет по статистике МНЭ РК: официальная статистическая информация, оперативные данные (экспресс информация, бюллетени) [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT116585> (дата обращения: 10.05.2016).

2. Численность населения Кыргызской Республики на 1 января 2016 года / Национальный статистический комитет Кыргызской Республики: официальная статистика, население, оперативная информация [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru/statistics/naselenie/> (дата обращения: 10.05.2016).

3. *Almaty – Bishkek economic corridor / CAREC Program* [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.carecprogram.org/index.page=economic-corridor-development/> (дата обращения 10.05.2016).

4. Меморандум о взаимопонимании между акиматом города Алматы и мэрией города Бишкек по Инициативе «Экономический Коридор Алматы-Бишкек» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.carecprogram.org/index.page=economic-corridor-development/> (дата обращения 10.05.2016).

5. Операционализация экономических коридоров в Центральной Азии: исследование на примере Коридора Алматы [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.carecprogram.org/index.page/> (дата обращения 10.05.2016).

6. Первое заседание Совместной рабочей группы по Инициативе «Коридор Алматы – Бишкек» / CAREC Program [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.carecprogram.org/ru/index.php?page=abci-meeting> (дата обращения: 10.05.2016).

7. Территория и плотность населения на начало года [электронный ресурс] / Комитет по статистике МНЭ РК: официальная статистическая информация, оперативные данные (экспресс информация, бюллетени), население [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT105375> (дата обращения: 10.05.2016).

8. Материалы изучения и прогноза опасных природных и техногенных процессов в

Кыргызской Республике. – Бишкек: Министерство чрезвычайных ситуаций Кыргызской Республики. 2015. – С. 320.

9. Смаилов А. А. Регионы Казахстана в 2014 году. Астана // Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. 2014. – С. 420.

10. Информационный портал Чуйской областной государственной администрации [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://gov.kg/chuy/> (дата обращения: 10.05.2016).

Плохих Роман Вячеславович, д.г.н., профессор кафедры рекреационной географии и туризма, Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби).

Сакыпбек Мереке Аманжолкызы, ст. преподаватель кафедры рекреационной географии и туризма, Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби).

Асипова Жанна Медеуовна, зам. зав. кафедры рекреационной географии и туризма по научно-инновационной работе и межд. связям, PhD, Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ им. аль-Фараби).

Plokhikh Roman Vyacheslavovich, Doctor of Geographical Sciences, Professor of the Department of Recreational Geography and Tourism, Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU).

Sakypbek Mereke Amanzholkyzy, Assistance Lecturer of the Department of Recreational Geography and Tourism, Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU).

Assipova Zhanna Medeuovna, Deputy Head of the Department of Recreational Geography and Tourism for Scientific Innovation Work and International Relation, Al-Farabi Kazakh National University (Al-Farabi KazNU).

ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА
TRANSDISCIPLINARY RESEARCH IN THE FIELD OF BUSINESS

УДК 663.052

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-4

Кролевец А.А.¹, Левченко О.В.²
Глотова С.Г.³, Семичев К.М.⁴
Дубцова Г.Н.⁵

СВОЙСТВА НАНОСТРУКТУРИРОВАННОГО
УНАБИ

- ¹) Региональный открытый социальный институт, ул. Маяковского, д. 85,
г. Курск, 305009, Россия.
a_krolevets@inbox.ru
- ²) Региональный открытый социальный институт, ул. Маяковского, д. 85,
г. Курск, 305009, Россия.
frosch23@list.ru
- ³) Региональный открытый социальный институт, ул. Маяковского, д. 85,
г. Курск, 305009, Россия.
ladiglotovasveta@yandex.ru
- ⁴) Региональный открытый социальный институт, ул. Маяковского, д. 85,
г. Курск, 305009, Россия.
kirill.semichev@yandex.ru
- ⁵) Московский государственный университет пищевых производств,
Волоколамское ш., д.8, г.Москва, 125080, Россия.
doubtsova@mail.ru

Аннотация. В работе приведены данные по исследованию наноструктурированного унаби в различных оболочках, в качестве которых использовались каррагинан, ксантановая, конжаковая и геллановая камеди, агар-агар, натрий-карбоксиметилцеллюлоза и альгинат натрия, в соотношениях ядро : оболочка 1 : 3. Можно отметить изменение размера наночастиц в зависимости от природы оболочки. Например, наибольшие средние размеры (340 и 420 нм) образуются в ксантановой камеди и в натрий-карбоксиметилцеллюлозе, соответственно, а наименьший средний размер (152 нм) образуется в альгинате натрия. При этом наименьший размер D_{10} (37,4 нм) дает геллановая камедь. Полученные результаты могут использоваться для разработки новых препаратов медицинского назначения и в пищевой промышленности для создания продуктов функционального назначения.

Ключевые слова: унаби, самоорганизация, метод НТА.

UDC 663.052

**Krolevets A.A.¹, Levchenko O.V.²
Glotova S.G.³, Semichev K.M.⁴
Nubtsova G.N.⁵**

PROPERTIES OF NANOSTRUCTURED UNABI

- ¹⁾ Regional Open Social Institute, 85 Mayakovsky St., Kursk, 305009, Russia.
a_krolevets@inbox.ru
- ²⁾ Regional Open Social Institute, 85 Mayakovsky St., Kursk, 305009, Russia.
frosch23@list.ru
- ³⁾ Regional Open Social Institute, 85 Mayakovsky St., Kursk, 305009, Russia.
ladiglotovasveta@yandex.ru
- ⁴⁾ Regional Open Social Institute, 85 Mayakovsky St., Kursk, 305009, Russia.
kirill.semichev@yandex.ru
- ⁵⁾ Moscow State University of Food Production, 8 Volokolamskoe Rd., Moscow, 125080, Russia.
doubtsova@mail.ru

Abstract. The paper presents some data on the study of nanostructured unabi in different shells, such as carrageenan, xanthan, konjac and gellan gum, agar-agar, sodium carboxymethyl cellulose and sodium alginate at the ratio of core and shell 1: 3. We can note the change in nanoparticle size depending on the nature of the shell. For example, the largest average dimensions (340 and 420 nm) are formed in xanthan gum and sodium carboxymethyl cellulose respectively. And the smallest average size (152 nm) is formed in sodium alginate. At the same time, the smallest dimension of D10 (37.4 nm) is produced by gellan gum. The results obtained can be used for the development of new medicinal products and in the food industry for the development of functional products.

Keywords: unabi, self-organization, NTA method.

Введение. Унаби по латыни называется «зизифус», а в народе это растение зовется «китайский финик». Зизифус принадлежит к семейству крушиновых. Встречается в диком виде на большой территории от центрального Китая до Закавказья, а культивируется унаби ещё шире: во всех местностях, где только возможно его выращивание.

Мякоть плодов зизифуса обладает лекарственными свойствами. Содержащиеся в плодах вещества укрепляют сердечную мышцу, понижают кровяное давление и очень полезны для больных гипертонией. В настоящее время плоды унаби применяют как мочегонное средство при почечнокаменной болезни и воспалении мочевого пузыря. Используют их и как тонизирующее средство. Плоды унаби включают в

диету при болезнях печени, гипертонии (как понижающее давление и мочегонное средство), заболеваниях органов дыхания (отмечено, что они оказывают смягчающий эффект при бронхитах, трахеитах, заболеваниях горла). Отвар листьев и коры унаби применяется при легочных заболеваниях, а наружно – при кожных.

Очевидным путем повышения биодоступности является уменьшение частиц ингредиента до микро- и наноразмеров. На примере многих лекарственных веществ было показано, что уменьшение размеров частиц приводит к изменению биодоступности и эффективности (Mathiowitz and other, 1997).

Супрамолекулярная химия использует законы органической синтетической химии для получения супрамолекулярных

ансамблей, координационной химии комплексов и физической химии для изучения взаимодействий компонентов, биохимии – рассмотрения функционирования супрамолекулярных ансамблей. К супрамолекулярным свойствам относятся самосборка и самоорганизация (Григорьев и др., 2010; Зоркий, Лубнина, 1999). В супрамолекулярной химии для достижения контролируемой сборки молекулярных сегментов и спонтанной организации молекул в стабильной структуре используют нековалентные взаимодействия (Rana and other, 2005; Mendes and other, 2011). Самоорганизующиеся структуры можно имитировать как аспекты биологических систем: искусственные клетки мембран, ферментов, или каналы (Hentze, Kaler, 2003).

Основная часть.

Целью исследований является изучение свойств наноструктурированного унаби в различных оболочках (каррагинан, ксантановая, конжаковая и геллановая камеди, агар-агар, натрий-карбоксиметилцеллюлоза и альгинат натрия) как перспективного наноингредиента для разработки новых препаратов медицинского назначения и пищевых продуктов функционального назначения.

Материалы и методы исследования. Материалами исследования являлись образцы нанокапсулированные образцы унаби в различных оболочках: каррагинан, ксантановая, конжаковая и геллановая камеди, агар-агар, натрий карбоксиметилцеллюлоза и альгинат натрия, в соотношениях ядро : оболочка 1 : 3.

Исследование самоорганизации микрокапсул проводили следующим образом. Порошок инкапсулированного биополимером унаби растворяли в воде. Оптимальным разведением было выбрано соотношение исследуемого порошка и воды 1 : 100. Каплю исследуемого наносили на покровное стекло и выпаривали. Высушенную поверхность сканировали методом конфокальной микроскопии на микро-

спектрометре OmegaScore, производства AIST-NT (г. Зеленоград), совмещенном с конфокальным микроскопом. На этом же приборе получены микрофотографии с самоорганизацией.

Изучение инкапсулированных унаби в сильно разбавленных водных растворах проводилось с помощью метода NTA (метод анализа траектории наночастиц). Измерения проводили на мультипараметрическом анализаторе наночастиц Nanosight LM0 производства Nanosight Ltd (Великобритания) в конфигурации HS-BF (высококочувствительная видеокамера Andor Luca, полупроводниковый лазер с длиной волны 405 нм и мощностью 45 мВт). Работа прибора основана на методе анализа траекторий наночастиц (Nanoparticle Tracking Analysis, NTA), описанном в ASTM E2834. Для измерения были выбраны параметры прибора: Camera Level = 16, Detection Threshold = 10 (multi), Min Track Length : Auto, Min Expected Size: Auto. длительность единичного измерения 215 с, использование шприцевого насоса.

Результаты исследования и их обсуждение. Как видно из рис. 1-3, образование нанокапсул происходит спонтанно за счет нековалентных взаимодействий, и это говорит о том, что для них характерна самосборка. Представленные структуры являются упорядоченными, значит, они обладают самоорганизацией. Следовательно, инкапсулированные полимерной оболочкой унаби обладают супрамолекулярными свойствами. Более того, вид и характер самоорганизации позволяет предположить, что данный характер существенно зависит от природы инкапсулированного биологически активного соединения. Это позволяет говорить о возможности идентификации биологически активных соединений в инкапсулированном виде.

На рис. 4-10 представлены результаты измерения для нанокапсул унаби в различных оболочках.

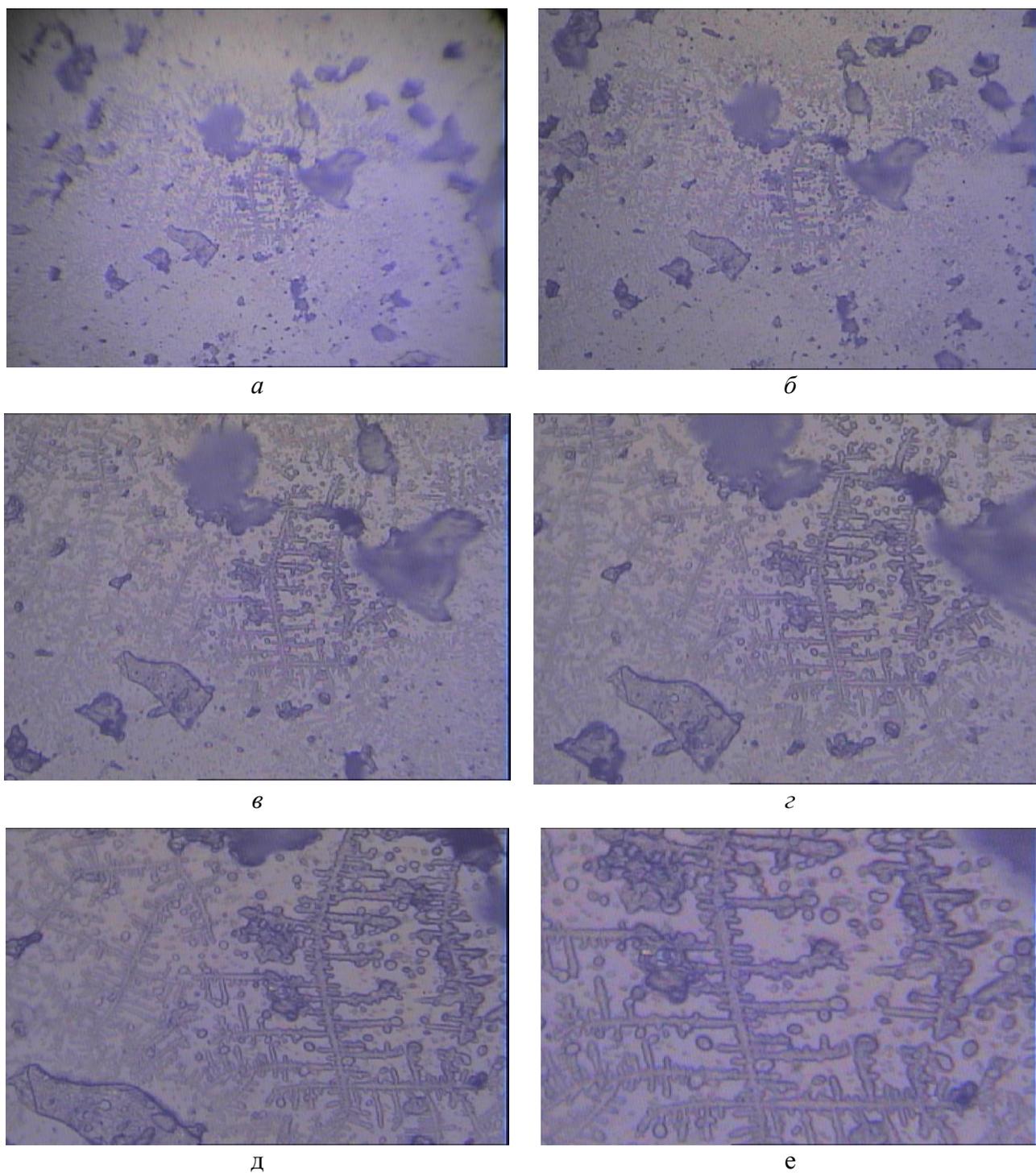


Рис. 1. Конфокальное изображение фрактальной композиции из раствора нанокapsул унаби (0,5%) с увеличением: а) 505 раз, б) 620 раз, в) 930 раз, г) 1200 раз, д) 1770 раз, е) 2830 раз

Fig. 1. Confocal image of a fractal composition from the solution of nanocapsules unabi (0.5%) with an increase of: a) 505 times, b) 620 times, c) 930 times, d) 1200 times, e) 1770 times, f) 2830 times

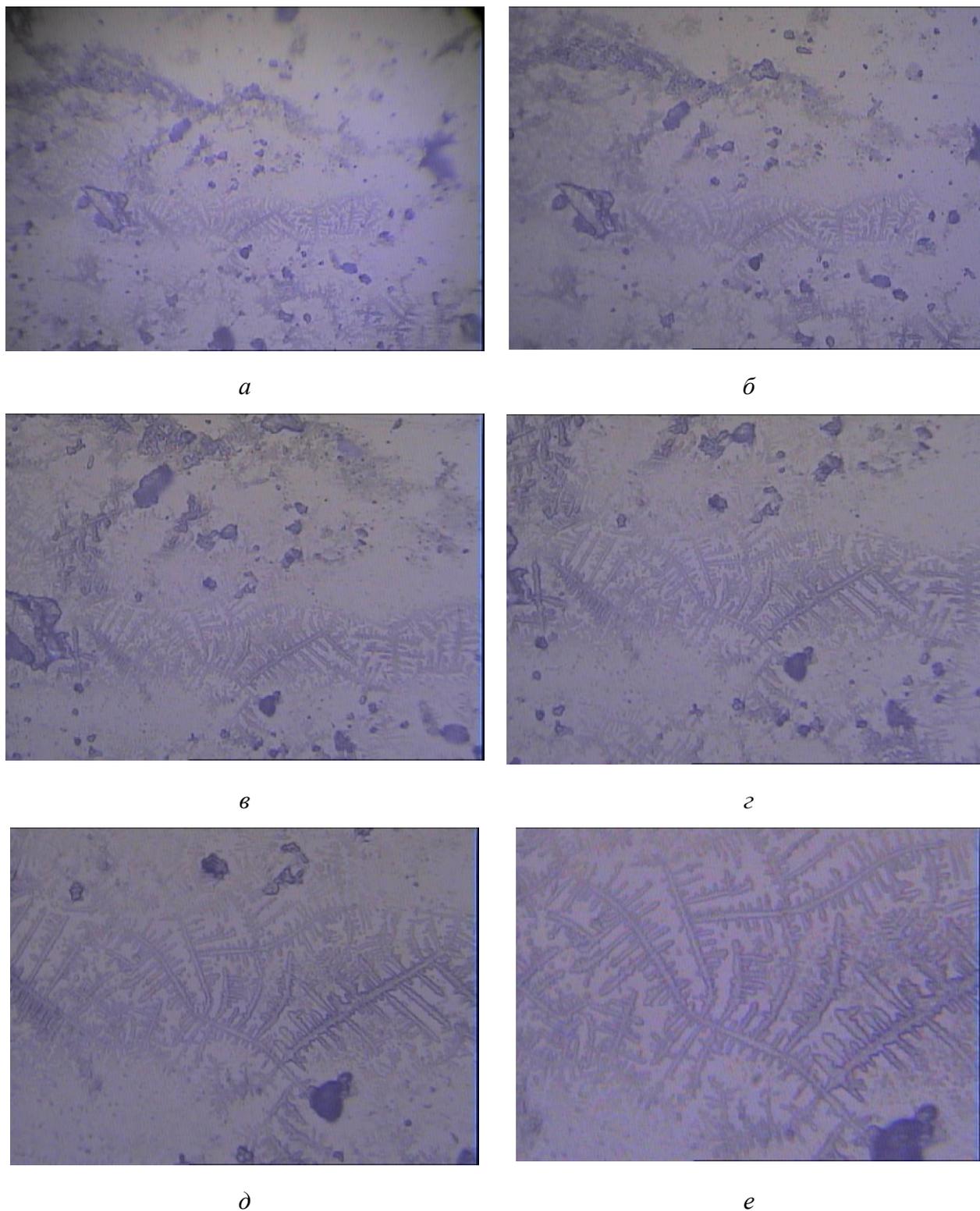
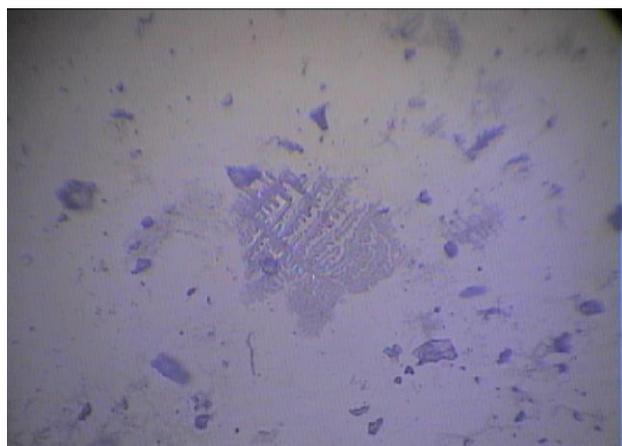
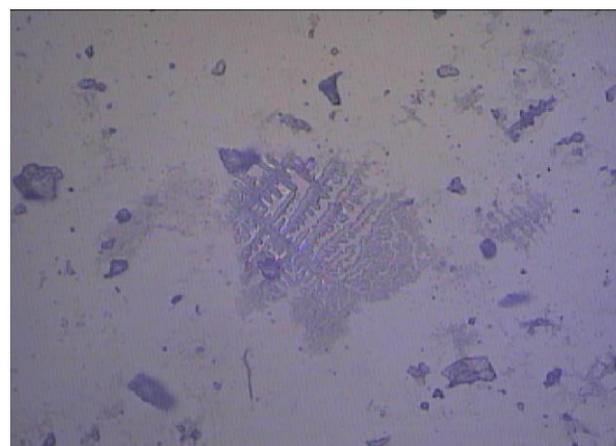


Рис. 2. Конфокальное изображение фрактальной композиции из раствора нанокapsул унаби (0,25%) с увеличением: а) 505 раз, б) 620 раз, в) 930 раз, г) 1200 раз, д) 1770 раз, е) 2830 раз
Fig. 2. Confocal image of a fractal composition from the solution of nanocapsules unabi (0.25%) with an increase of: а) 505 times, б) 620 times, в) 930 times, г) 1200 times, д) 1770 times, е) 2830 times



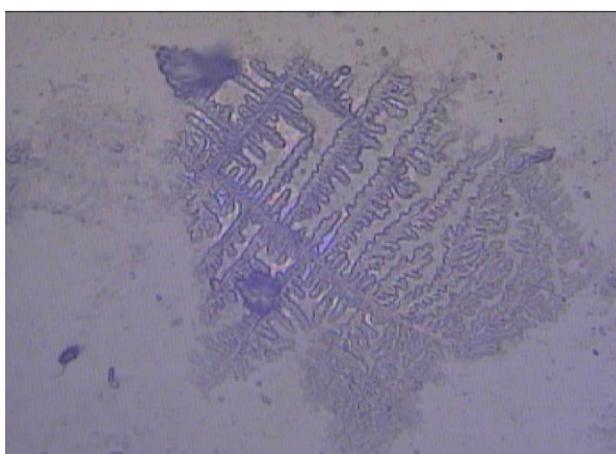
а



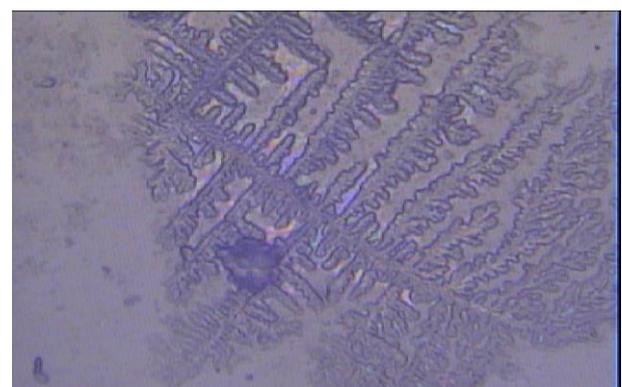
б



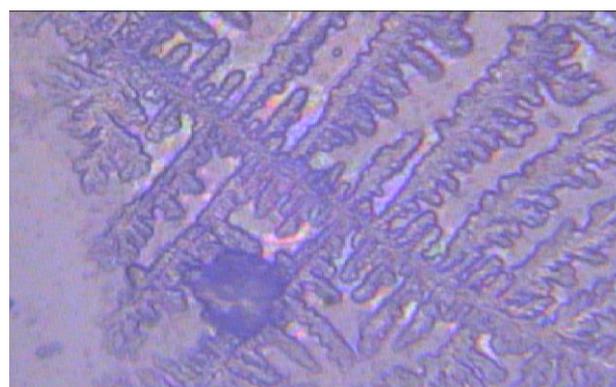
в



г



д



е

Рис. 3. Конфокальное изображение фрактальной композиции из раствора нанокapsул унаби (0,125%) с увеличением: а) 505 раз, б) 620 раз, в) 930 раз, г) 1200 раз, д) 1770 раз, е) 2830 раз
Fig. 3. Confocal image of a fractal composition from the solution of nanocapsules unabi (0.125%) with an increase of: а) 505 times, б) 620 times, в) 930 times, г) 1200 times, д) 1770 times, е) 2830 times

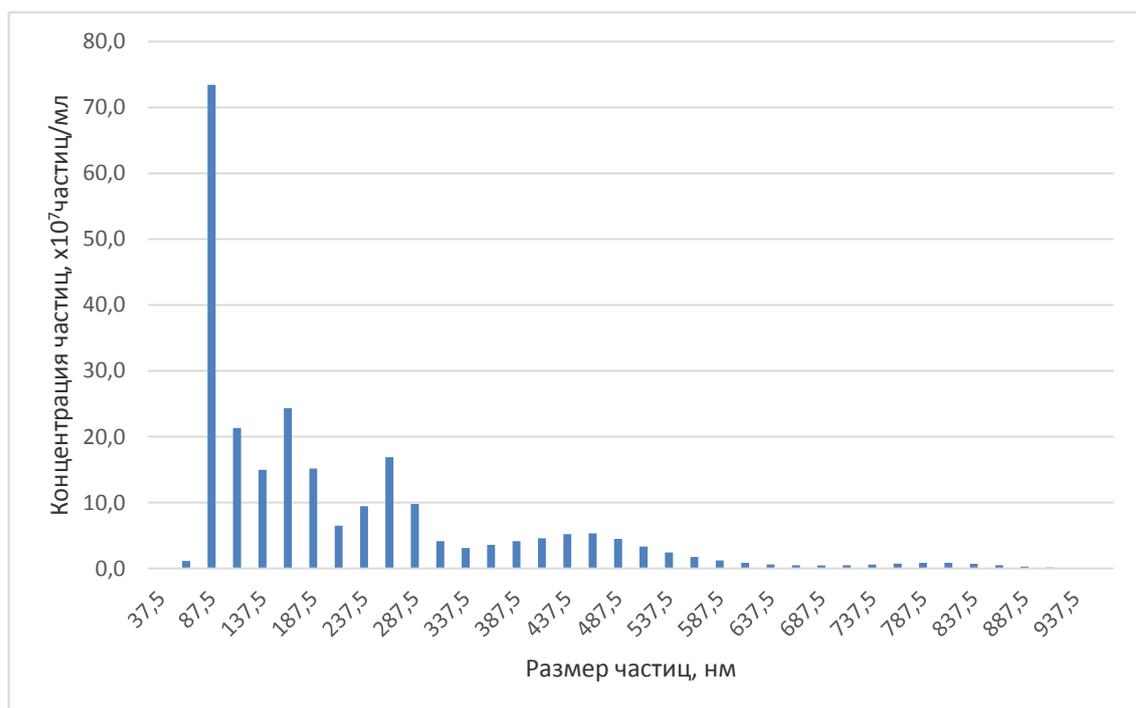


Рис. 4. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в конжаковой камеди (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 4. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in konjac gum (proportion of core and shell is 1 : 3)

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 1.

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 2.

Таблица 1

Статистические характеристики распределения частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в конжаковой камеди (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Table 1

Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of nanocapsules unabi in konjac gum (proportion of core : shell is 1 : 3)

Параметр	Значение
Средний размер, нм	218,80
D10, нм	57,90
D50, нм	136,50
D90, нм	434,20
Коэффициент полидисперсности, (D90-D10)/D50	2,76
Общая концентрация частиц, ×10 ⁸ частиц/мл	24,40

Таблица 2

**Статистические характеристики распределения частиц по размерам
в образце нанокapsул унаби в агар-агаре
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)**

Table 2

**Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules
in agar-agar (proportion of core and shell is 1 : 3)**

Параметр	Значение
Средний размер, нм	275,40
D10, нм	61,20
D50, нм	195,60
D90, нм	492,70
Коэффициент полидисперсности, (D90-D10)/D50	2,21
Общая концентрация частиц, $\times 10^{12}$ частиц/мл	5,36

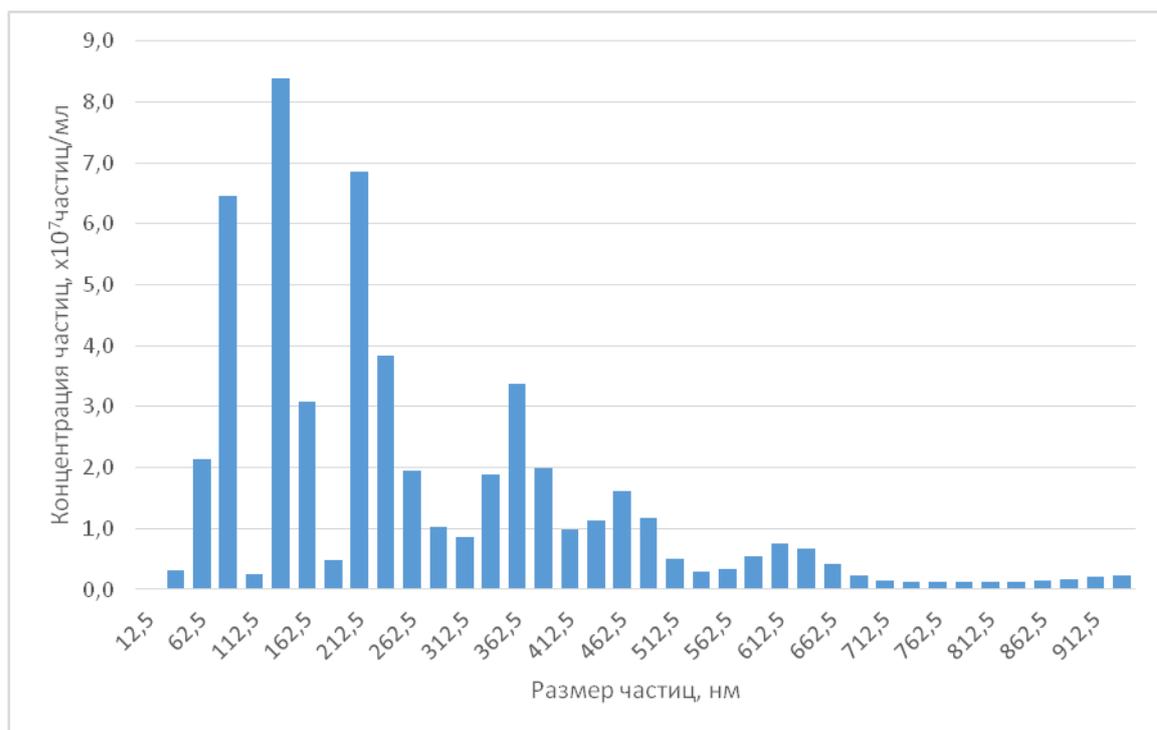


Рис. 5. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в агар-агаре
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 5. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in agar-agar
(proportion of core and shell is 1 : 3)

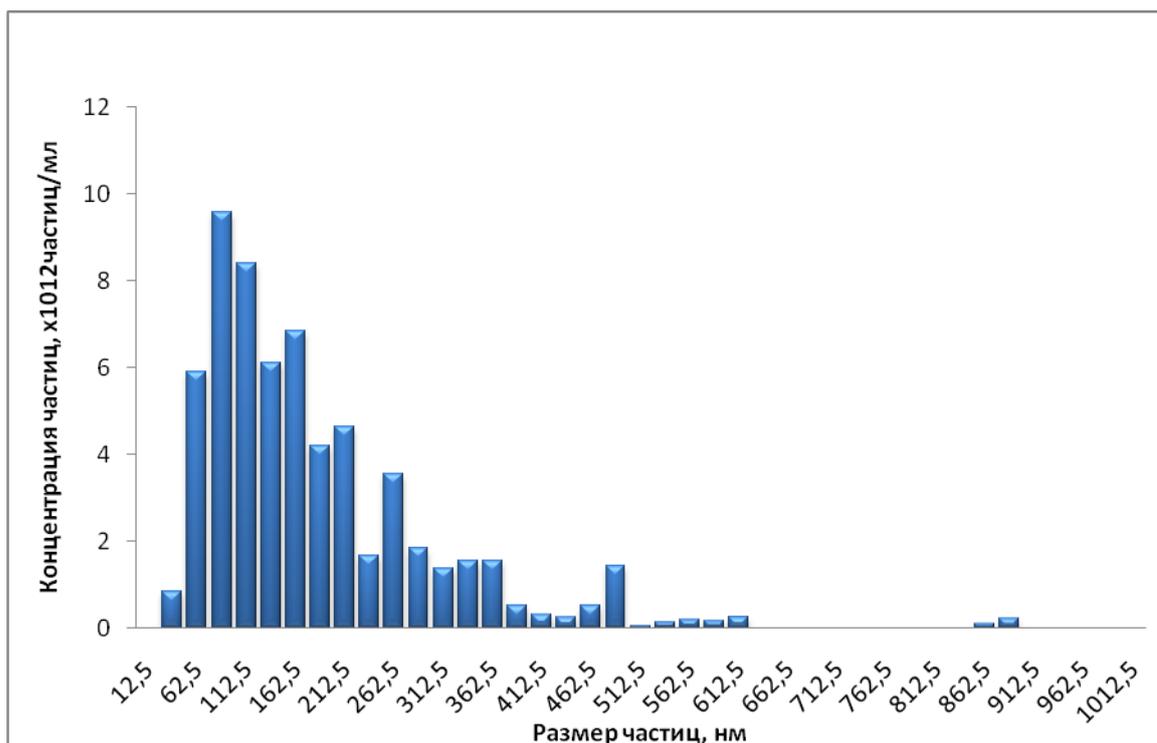


Рис. 6. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в каррагинане (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 6. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in carrageenan (proportion of core and shell is 1 : 3)

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 3.

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 4.

Таблица 3

Статистические характеристики распределения частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в каррагинане (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Table 3

Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in carrageenan (proportion of core and shell is 1 : 3)

Параметр	Значение
Средний размер, нм	184,00
D10, нм	73,00
D50, нм	150,00
D90, нм	343,00
Коэффициент полидисперсности, (D90- D10)/D50	1,80
Общая концентрация частиц, $\times 10^{12}$ частиц/мл	0,62

Таблица 4

**Статистические характеристики распределения частиц по размерам
в образце нанокapsул унаби в альгинате натрия
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)**

Table 4

**Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules
in sodium alginate (proportion of core and shell is 1 : 3)**

Параметр	Значение
Средний размер, нм	152,00
D10, нм	76,00
D50, нм	135,00
D90, нм	247,00
Коэффициент полидисперсности, (D90- D10)/D50	1,27
Общая концентрация частиц, $\times 10^{12}$ частиц/мл	1,50

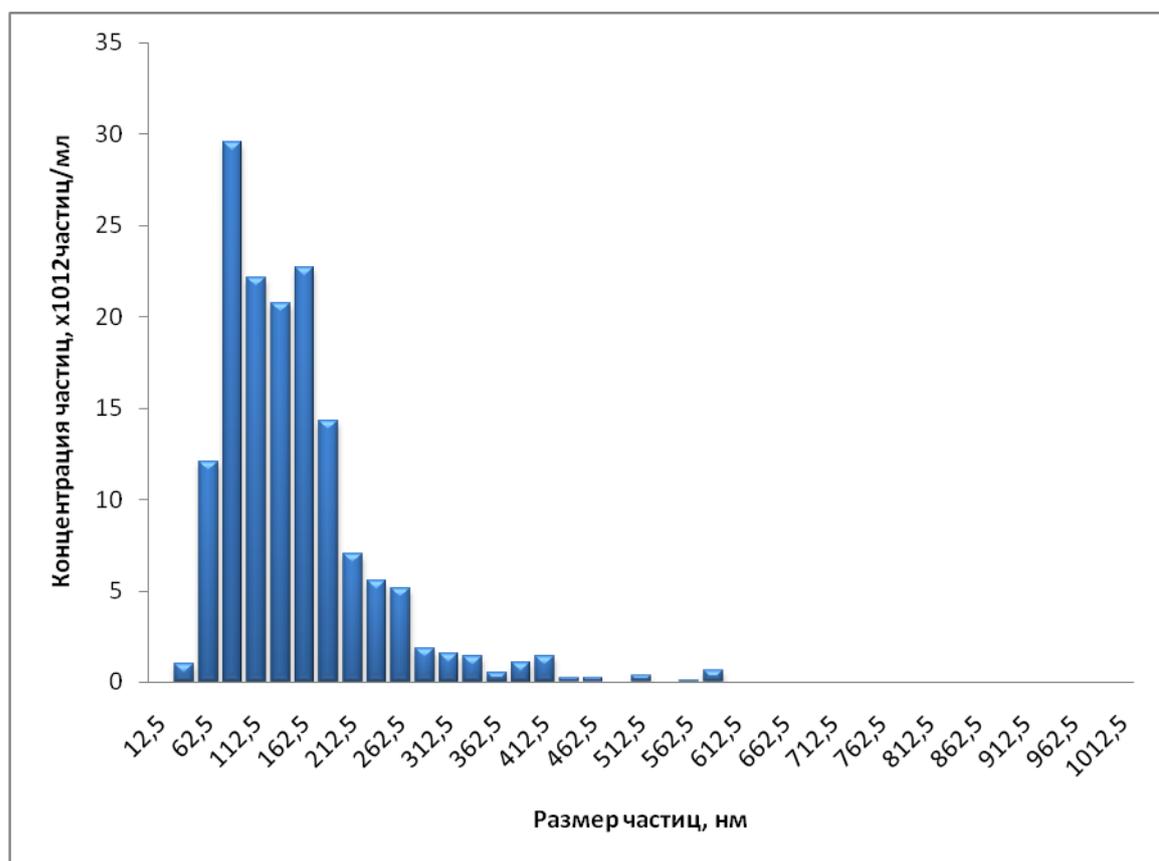


Рис. 7. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в альгинате натрия
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 7. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in sodium alginate
(proportion of core and shell is 1 : 3)

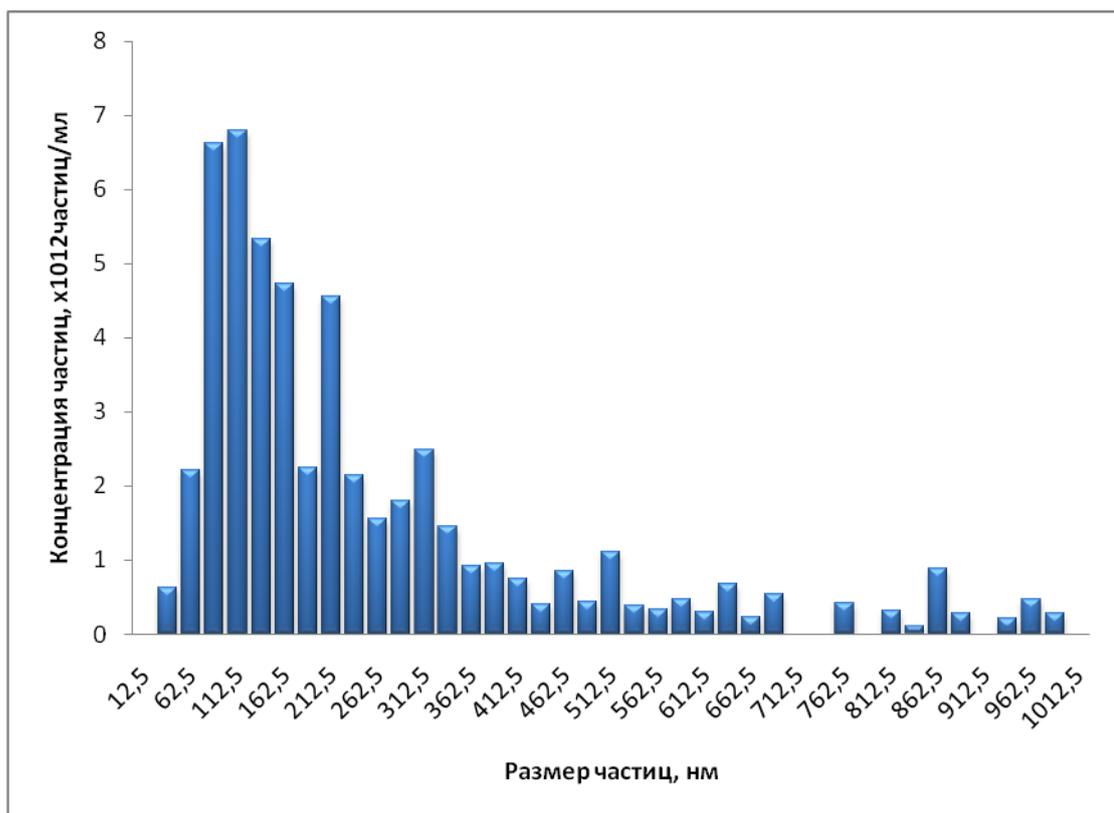


Рис. 8. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в ксантановой камеди (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 8. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in xanthan gum (proportion of core and shell is 1 : 3)

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 5.

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 6.

Таблица 5

Статистические характеристики распределения частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в ксантановой камеди (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Table 5

Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in xanthan gum (proportion of core and shell is 1 : 3)

Параметр	Значение
Средний размер, нм	340,00
D10, нм	96,00
D50, нм	189,00
D90, нм	890,00
Коэффициент полидисперсности, (D90- D10)/D50	4,20
Общая концентрация частиц, ×10 ¹² частиц/мл	0,58

Таблица 6
**Статистические характеристики распределения частиц по размерам в образце нанокапсул унаби в gellan камеди
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)**

Table 6
**Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules
in gellan gum (proportion of core and shell is 1 : 3)**

Параметр	Значение
Средний размер, нм	283,80
D10, нм	37,40
D50, нм	184,40
D90, нм	576,10
Коэффициент полидисперсности, (D90-D10)/D50	2,92
Общая концентрация частиц, $\times 10^{12}$ частиц/мл	5,92

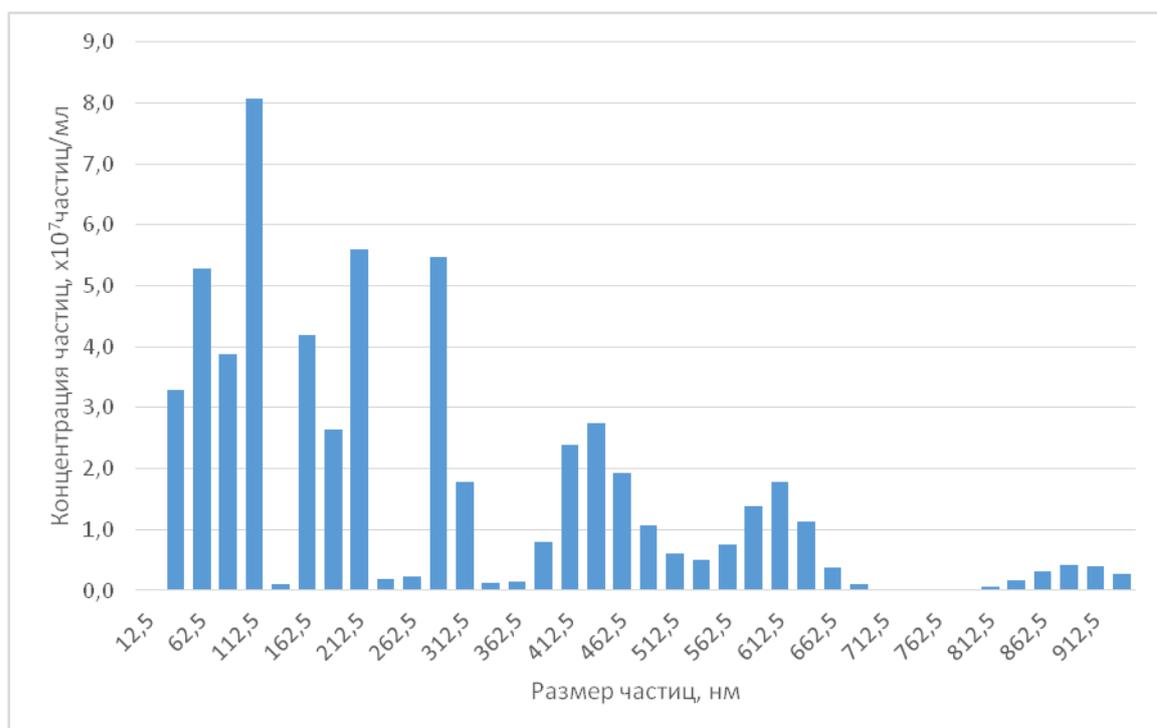


Рис. 9. Распределение частиц по размерам в образце нанокапсул унаби в геллановой камеди
(соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 9. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in gellan gum
(proportion of core and shell is 1 : 3)

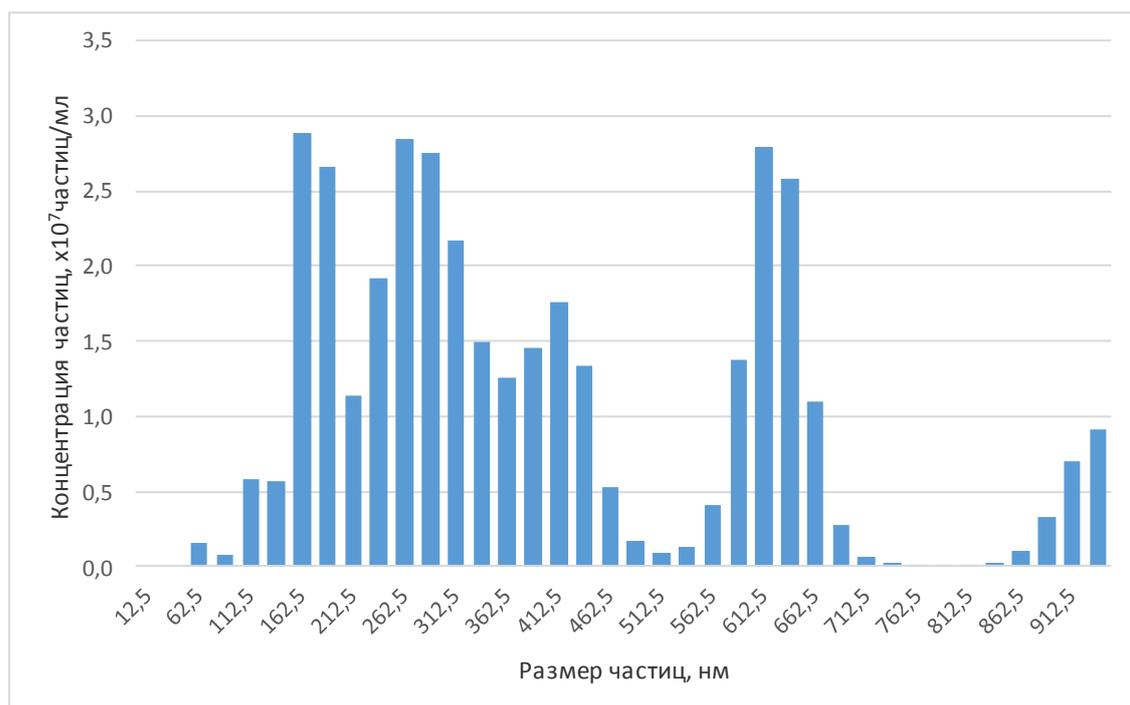


Рис. 10. Распределение частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в натрий карбоксиметилцеллюлозе (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Fig. 10. Particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in sodium carboxymethyl cellulose (proportion of core and shell is 1 : 3)

Статистические характеристики распределений приведены в табл. 7.

Таблица 6

Статистические характеристики распределения частиц по размерам в образце нанокapsул унаби в натрий карбоксиметилцеллюлозе (соотношение ядро : оболочка 1 : 3)

Table 6

Statistical characteristics of particle size distribution in a sample of unabi nanocapsules in sodium carboxymethyl cellulose (proportion of core and shell is 1 : 3)

Параметр	Значение
Средний размер, нм	419,90
D10, нм	146,10
D50, нм	321,60
D90, нм	653,40
Коэффициент полидисперсности, (D90-D10)/D50	1,58
Общая концентрация частиц, $\times 10^{12}$ частиц/мл	3,81

Заключение. Полученные данные доказывают наличие нанокapsул в растворах

изучаемых образцов. Из рисунков видно, что размеры капсул практически не пре-

вышают порога в 1000 нм, а их основная масса лежит в пределах 50-300 нм. Так же можно отметить изменение размера наночастиц в зависимости от природы оболочки. Например, наибольшие средние размеры (340 и 420 нм) образуются в ксантановой камеди и в натрий карбоксиметилцеллюлозе, соответственно, а наименьший средний размер (152 нм) образуется в альгинате натрия. При этом наименьший размер D_{10} (37,4 нм) дает желлановая камедь.

Таким образом, данное исследование доказало образование нанокапсул унаби в биополимерах. При этом основной размер нанокапсул составляет 120-200 нм.

Полученные результаты могут использоваться для разработки новых препаратов медицинского назначения и в пищевой промышленности для создания продуктов функционального назначения.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Григорьев, Ф. В. Методы молекулярного моделирования супрамолекулярных комплексов: иерархический подход / Ф. В. Григорьев, А. Н. Романов, Д. Н. Лайков и др. // Российские нанотехнологии, 2010, №5-6. С. 47-53.
2. Зоркий, П. М., Лубнина, И. Е. Супрамолекулярная химия: возникновение, развитие, перспективы // Вестн. Моск. ун-та, 1999, №5. С. 300-307.
3. Hentze, H. P., Kaler E. W. Polymerization of and within self-organized media // *Curent Opinion in Colloid and Interface Science*, 2003. Vol. 8. Pp. 164-178.
4. Biologically erodable microspheres as potential oral drug delivery systems / E. Mathiowitz, J. S. Jacob, Y. S. Jong, G. P. Carino, D. E. Chickering, P. Chaturvedi, C. A. Santos, K. Vijayaraghavan, S. Montgomery, M. Bassett, C. Morrell // *Nature*. 1997. Vol. 386(6623). Pp. 410-414.
5. Palmitoylation of xanthan polysaccharide for self-assembly microcapsule formation and encapsulation of cells in physiological conditions /

A. C. Mendes, E. T. Baran, C. Nunes // *Journal of The Royal Society of Chemistry*, 2011. URL: <http://www.rsc.org/suppdata/sm/c1/c1sm05594a/c1sm05594a.pdf>.

6. Nanoparticle Self-Assembly of Hierarchicacally Ordered Microcapsule Structures / R. K. Rana, V. S. Murty, J. Yu // *Advanced Materials*. 2005. Vol. 17, Pp. 1145-1150.

References

1. Grigoriev, F. V., Romanov, A. N., Laikov, D. N. & et al., (2010), "Methods of molecular modeling of supramolecular complexes: a hierarchical approach", *Rossijskie nanotekhnologii*, 5-6, 47-53.
2. Zorkiy, P. M. & Lubnina, I. E. (1999), "Supramolecular chemistry: origin, development, prospects", *Vestn. Mosk. un-ta*, 5, 300-307.
3. Hentze, H. P. & Kaler E. W. (2003), "Polymerization of and within self-organized media", *Curent Opinion in Colloid and Interface Science*, 8, 164-178.
4. Mathiowitz, E., Jacob, J. S., Jong, Y. S., Carino, G. P., Chickering, D. E., Chaturvedi, P., Santos, C. A., Vijayaraghavan, K., Montgomery, S., Bassett, M. & Morrell C. (1997), Biologically erodable microspheres as potential oral drug delivery systems *Nature*, 386(6623), 410-414.
5. Mendes, A. C., Baran, E. T. & Nunes C. (2011), "Palmitoylation of xanthan polysaccharide for self-assembly microcapsule formation and encapsulation of cells in physiological conditions", *Journal of The Royal Society of Chemistry*, available at: <http://www.rsc.org/suppdata/sm/c1/c1sm05594a/c1sm05594a.pdf>.
6. Rana, R. K., Murty, V. S. & Yu J. (2005), "Nanoparticle Self-Assembly of Hierarchicacally Ordered Microcapsule Structures", *Advanced Materials*, 17, 1145-1150.

Кролевец Александр Александрович, доктор химических наук, профессор кафедры технологии продуктов питания, заведующий лабораторией «Синтез микро- и наноструктур» Региональный открытый социальный институт
Krolevets Aleksandr Aleksandrovich, Doctor of Chemical Sciences, Professor, Department of Food Technology, Head of the Laboratory «Synthesis of micro- and nanostructures» Regional Open Social Institute

Левченко Оксана Викторовна, старший преподаватель кафедры технологии продовольственных продуктов и товароведения Регионального открытого социального института

Levchenko Oksana Viktorovna, Senior Lecturer of the Department of Technology of Food Products and Commodity Research
Regional Open Social Institute

Глотова Светлана Григорьевна, доцент кафедры технологии продовольственных продуктов и товароведения
Региональный открытый социальный институт

Glotova Svetlana Grigoryevna, Associate Professor of the Department of Technology of Food Products and Commodity Research
Regional Open Social Institute

Семичев Кирилл Михайлович, лаборант-исследователь лаборатории «Синтез микро- и наноструктур»

Региональный открытый социальный институт
Semichev Kirill Mikhailovich, laboratory assistant researcher of the laboratory «Synthesis of micro- and nanostructures»
Regional Open Social Institute

Дубцова Галина Николаевна, профессор кафедры биотехнологии и технологии продуктов биоорганического синтеза

Московский государственный университет пищевых производств

Dubtsova Galina Nikolaevna, Professor of the Department of Biotechnology and Technology of Products of Bioorganic Synthesis
Moscow State University of Food Production

UDK 338.5

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-5

Nevmatulina K. A.

**BASIC CONCEPTS IN THE THEORETICAL AND PRACTICAL
FIELD OF STRATEGIC COST MANAGEMENT**

Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, 9 Akademicheskaya St., Karaganda,
100009, Republic of Kazakhstan
carisha_07@mail.ru

Abstract. Strategic cost management as a type of activity is in the process of its establishment and manifests itself, first of all, in an abundance of models as local processes, such as the development of "global" strategies. An analysis of enterprises activity in various activity areas proves that, despite the abundance of publications on strategic management, it is rare that an enterprise can not demonstrate the organizational structure of the strategic management. On the contrary, the number of unprofitable enterprises demonstrates that there are serious problems in the organization of the cost management system.

The enterprise management becomes more complicated under the conditions of a dynamic complex and uncertain market environment, and this in turn leads to qualitative changes in structure and methods of management. A cost management at the enterprise sets such tasks as identifying the role of cost management as a factor in increasing economic performance, determining costs for the main stages of the product's economic cycle, management functions at the enterprise, calculating costs for operating and geographical segments, production units of the enterprise, calculating the necessary costs per unit of output (works, services), preparation of an information base that allows estimating costs in the selection and adoption of business solutions.

Keywords: costs; cost management; concepts; chain of values; strategy of the organization.

УДК 338.5

Невматулина К. А.

**БАЗОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ В ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ
И ПРАКТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ**

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, ул. Академическая, 9, /г. Караганда, 100009, Республика Казахстан
carisha_07@mail.ru

Аннотация. Стратегическое управление затратами как вид деятельности находится в процессе своего становления и проявляется, прежде всего, в изобилии моделей как локальных процессов, так и разработки «глобальных» стратегий. Анализ деятельности предприятий различных сфер деятельности показывает, что, несмотря на обилие публикаций по стратегическому управлению, редко какое предприятие может продемонстрировать образец организации стратегиче-

ского управления. Напротив, количество убыточных предприятий свидетельствует о том, что существуют серьезные проблемы в организации системы управления затратами.

В условиях динамичной, сложной и неопределенной рыночной среды управление предприятием усложняется, а это, в свою очередь, приводит к качественным изменениям в структуре и методах управления. Управление затратами на предприятии ставит перед собой такие задачи, как выявление роли управления затратами как фактора повышения экономических результатов деятельности, определение затрат по основным этапам экономического цикла продукта, функциям управления на предприятии, расчет затрат по операционным и географическим сегментам, производственным подразделениям предприятия, расчет необходимых затрат на единицу продукции (работ, услуг), подготовка информационной базы, позволяющей оценивать затраты при выборе и принятии хозяйственных решений.

Ключевые слова: издержки; управление затратами; концепции; цепочка ценностей; стратегия организации.

Introduction. Strategic cost management is a process of cost analysis that is considered in a broader context, in which the main points of an organization's strategy become well-founded, tangible and formalized. In this context, cost data is used to develop a generalized organization strategy aimed at achieving the goal of work and the company's sustainable advantage over competitors and ensuring its implementation.

The cost management is not an end in itself, it should ensure the development and implementation of an organization's business strategy.

An initial for the evaluation of strategic alternatives is information on the projected level of costs by types of enterprise activities

and types of products. Do not lead to the necessary returns (profitability) and strategies that are not cost-justified in comparison with the expected income can not be considered acceptable.

Main part. Summarizing the literature sources of leading foreign and domestic scientists, we can distinguish the following basic concepts of cost management (table):

- 1) The concept of cost-creating factors;
- 2) The concept of the value chain;
- 3) The concept of transaction costs;
- 4) The concept of cost-effectiveness;
- 5) The concept of functional cost accounting;
- 6) The concept of strategic positioning;
- 7) The concept of economic added value.

Table

Basic concepts of cost management

№	Name of the concept	Founders	Period of occurrence
1.	Concept of transaction costs	R. Cose and O. Williamson	1937 (1985)
2.	Concept of cost-creating factors	Scherer, Oster and others.	1980s
3.	Concept of the value chain	M. Porter	1985
4.	Concept of cost-effectiveness	Kovalev	1980s
5.	Concept of functional cost accounting	R. Cooper and R. Caplan	1980s
6.	Concept of strategic positioning	J. Shank and V. Govindaradzhian	1990s
7.	Concepts of economic value added	Stearn Stewart & Co.	in the early 1990s

We shall consider briefly the essence of each concept.

The concept of transaction costs. As an independent topic, the concept of transaction costs is associated primarily with the names of two economists – R. Coase and O. Williamson. The beginning of the economic theory of transaction costs was published in 1937 in the work of Ronald Coase "The nature of the Firm" (Coase, 1995), for which R. Coase was awarded the Nobel Prize in Economics. And, finally, in 1985 Oliver Williamson presented a scientific article containing a detailed generalizing theory description of transaction costs (Williamson, 1974).

In founders' opinion of this concept, in order to carry out a market transaction, it is necessary to determine with whom it is desirable to conclude a deal, conduct preliminary negotiations, notify potential partners on the terms of the transaction, gather information, prepare a contract and make sure that the terms of the contract are observed, etc.

It should be noted that this mechanism is currently illustrative of developed countries with a market economy. Accounts receivable is, as a rule, a consequence of non-payments, and as an alternative, bank deposits are rarely used because of the imperfection of these instruments and high risks of such transactions.

A concept assumes that transaction is the basic unit of analysis. In addition, any problem that can be directly or indirectly treated as contractual, must be studied from the point of view of minimizing transaction costs.

In this case, all transaction costs can be divided into:

1) ex ante (include the costs of negotiating, drafting a contract project and ensuring the implementation of the agreement);

2) ex post (include the costs associated with poor adaptation to unforeseen events and that occur when the mechanism of transactions is not in compliance with the circumstances of their implementation, the costs of litigation that accompany bilateral efforts to eliminate ex post failures in contractual relations; organizational and operational costs,

associated with the use of governance structures, where the parties turn to resolve conflicts; the costs associated with the exact fulfillment of contractual obligations).

Costs that have the nature of transaction costs are treated as an economic category, and the problematics of transaction costs are considered systematically. Transaction costs can be interpreted as the costs of adapting a firm to changing market conditions. The act of economic interaction, contract, transaction in the theory of transaction costs is recognized, as already noted, as the basic unit. The category of "transactions" is understood extremely broadly and is used to refer to the exchange of goods, short-term and long-term transactions, legal obligations requiring detailed documentation and assuming a simple mutual understanding between the parties.

Types of transaction costs:

- negotiating costs;
- information retrieval costs;
- specification and protection of property rights' costs;
- measurement costs;
- The costs of "politicization" accompany decision-making within the organization. For example, a manager can take unilaterally unprofitable decisions for subordinates;
- costs of opportunistic behavior (a behavior, aimed at obtaining unilateral benefits to the detriment of a partner, non-observance of the terms of the transaction), that is the costs associated with difficulties in accurately assessing the postcontract behavior of another participant in the transaction.

In the strategic management the concept of transaction costs is becoming increasingly important.

The concept of the cost driver is traditional for most types of entrepreneurial activity (Patrusova, Slinkova, 2015). This concept was formulated in the 1980s of the 20th century in the works of Scherer, Oster, Kaplan, Dickin and Maher, Porter, Cooper and others. Understanding the complex interaction of the set of cost-creating factors in a real situation means understanding the behavior of costs (Shank, Govindarajan, 1999).

According to this concept, the cost-creating factors can be divided into 2 main groups:

- functional (operational) factors (related to the ability of the enterprise to function successfully);
- structural factors (related to the structure and technology of production).

Among the scientists whose works are devoted to the study of the concept of cost-creating factors, there is no clear agreement on the list of the main factors of cost changes. Therefore, we will determine that the key ideas of this concept are as follows:

- not all strategically determining factors are equally important at any time, but some of them are the most important in each case;
- a specific analysis system that is necessary to understand the position of the enterprise exists for each cost factor;
- it is more useful in a strategic sense to explain the cost position in the language of structural alternatives and exceptional skills that form the competitive position of an industrial enterprise;
- the link with volume is not the most significant factor for explaining the cost dynamics in strategic analysis;
- functional and structural factors affect the cost of production.

The concept of the value chain was first formulated by M. Porter and differs radically from the concept of added value. The essence of the concept is the need to go beyond the organization to more efficiently cost management and shift the emphasis in cost analysis to processes that occur outside of the organization (Porter, 1985).

The concept of the value chain is based on an expansive approach to the formation and management of costs. It proposes to take into account the cost-creating mechanisms along the entire value chain within the agreed set of activities, starting from the original raw source and ending with the finished products or services received by the end users.

Of course, there is a rational kernel in this concept, however, in the domestic business

practice proposed cost management approaches in it are difficult to implement for a number of reasons (due to the lack of necessary information and additional costs for obtaining information, instability of the economic situation, etc.). Nevertheless, the analysis of the value chain is the first key to effective cost management.

The concept of alternative costs, or costs of missed opportunities. The essence of the alternative costs' concept is that any financial decision is taken as a result of comparing alternative costs, and the practical implementation of any management decision in this case is associated with the rejection of some alternative option (Cose, 1995).

The effect of the concept under consideration extends:

- on the adoption of financial decisions of a current nature, for example, with respect to management of accounts receivable, since accounts receivable is equivalent to the "deadening" of current assets. It should be noted that many enterprises are forced to maintain a certain level of accounts receivable, giving buyers the right to install payments and encouraging the acceleration of payment for goods, works and services sold on credit, price discounts to maintain the market, etc.;
- for current operating costs (for example, delivery of material and technical values by specialized structures and / or own transport);
- on the adoption and implementation of investment decisions, for example, in assessing options for possible investment of capital;

- on the organization of internal management, in particular, on the creation of a management control system. Any control system involves costs that can in principle be avoided, and on the other hand, the lack of systematic control can lead to much greater losses.

It should also be borne in mind that in strategic management, alternatives are desirable to take into account, although in financial accounting these costs are usually not taken into account.

The concept of functional cost accounting. In the late 1980's, R. Cooper and R. Kaplan (Cooper and Kaplan, 1988) had developed a more formal approach to assigning overhead costs for product and calculating the costing. They called this approach as a functional cost-accounting, or activity-based costing (ABC). ABC systems are often used to calculate production costs, manage and control costs, and analyze profitability (Nikolaeva, 2003).

With respect to strategic management accounting for the allocation of production overhead, it is necessary to consider indicators that differ from the volume of production.

The ABC approach identifies the activities that lead to costs and explores the main cost drivers for these activities. This provides a deeper understanding of costs in the long run period.

In the context of the ABC method, the actions performed at these stages are called functions, and on the government base in functions, there are several analytical methods using ABC information.

There are three independent factors that are the main reasons for the practical application of ABC:

- the level of competition has increased significantly, which requires effective cost management;
- the costs of collecting and analyzing the information necessary for the ABC have decreased;
- the process of structuring costs has changed significantly.

The ABC concept assumes that all functions that support business processes must be taken into account when calculating the cost of production.

The business function is understood as a type of activity of the enterprise. These functions include such activities as technology development, production, logistics, product distribution, information support, service maintenance, financial administration and general management.

The formation of a system of budgets at the enterprise is one of the directions of using the ABC method. When forming the system of budgets, the ABC model is used to determine the resource requirements, as well as the volume and cost of work.

The concept of ABC allows us to understand the causes that involve change in overhead expenses over time, because it recognizes that in the long run most of the production costs are permanent.

The received ABC-information allows us to make informed and targeted decisions about the allocation of resources, based on an understanding of the interrelations of functions and value objects, cost factors and scope of work. All of this allows to form a realistic system of budgets.

As a highly effective universal method of cost saving, ABC is widely used in economically developed countries, for example, in Japan, USA, Canada, England, Germany and others. Not only the geography of distribution of ABC is constantly expanding, but also the scope of its application. It is successfully used by industrial giants, such as General Motors, Hewlett-Packard, Chrysler, General Electric (USA), Peshine and Danone (France), and its application goes far beyond the traditional way to allocate invoices. Japanese companies not only have an advantage in productivity, but also have lower overheads as a percentage of total costs compared to US or European countries. This shows the effectiveness of management and organizational systems.

The ABC concept is the basis for other management methods of the enterprise, such as:

ABB (Active Banking Budgeting) – budgeting based on the performed actions (functions, operations);

ARP (Activity Resource Planning) – functional resource planning;

ABM (Activity Based Management) is a control based on actions (functions, operations).

The next concept – **strategic positioning** – was proposed in the 90s by J. Shank and V.

Govindaradzhan (Lebedev,2003), already known to us as experts on the strategic use of information on costs.

The implementation activities differ from peers or the implementation of similar activities, but in other ways and represent strategic positioning. The inclusion in the field of management accounting and cost analysis of detailed information on the strategic development of the enterprise, industry and / or the economy as a whole is a key idea of this concept. Increased attention to strategic positioning is one of the keys to strategic cost management. To highlight the key points in accounting and management accounting, the authors of this concept applied information on costs to the development of the company's strategy on the way to achieving competitive advantages.

Analysis and accounting are traditionally considered from the perspective of the valuation of business transactions reflected in accounting. Considering that accounting is not an end in itself but serves as a means for achieving business success, when evaluating the system and accounting methodology adopted at the enterprise, it is proceeded from the position of their conformity or inconsistency with the adopted development strategy.

An enterprise can withstand competition:

- offering superior products (product differentiation and focusing);
- supporting low costs (leadership based on costs) (Vladymtsev, 2008).

The concept of economic added value (economic value added – EVA) has found wide application in the mid-1990s. The concept was developed by specialists of the consulting company Stern Stewart & Co on the basis of the theoretical developments of F. Modeliani and M. Miller. Reseraches in the 1990s show that the EVA provides more useful information in comparison with accounting aspects, such as return on equity, accounting profit, or earnings growth rates per share (Zozulya, 2018; Kovalev, 2006).

The concept of value added is widespread in Western theory and practice. It represents

the modern traditional paradigm of cost management along with the concept of cost-creating factors.

According to the concept of value added, cost components are considered at all stages of adding value, starting with purchases of raw materials and ending with the sale of products (works and services). Maximizing the difference (value added) between purchases and sales is a key point in the value-added concept. But most of the material costs fall from the area of managers and analysts attention, which is of no small importance for material-intensive industries. Nevertheless, this approach to the analysis of the behavior of costs can be fully justified for non-material-intensive works and services.

The process of cost management based on value added in the opinion of economists:

- on the one hand, it starts too late and does not allow us to take advantage of supplier's feedbacks, since many management decisions can be reduced to "no" because of their inconsistency with the supplier's value chain;
- on the other hand, it ends too early and omits all the possibilities of using customer relations, since for successful positioning in the market it is necessary to take into account not only out-of-pocket expenses, but also the consumer's costs after the purchase of goods or the receiving services.

It is difficult to disagree with this, because stopping the cost analysis at the time of implementation nullifies all the possibilities of using customer relationships, which can be as important as the relationships with suppliers.

EVA is the only indicator for assessing the value of a business since its inception and the financial indicator for assessing the performance of activities, which more accurately than others reflects the value of the true economic profit of the enterprise. It has become a consistent continuation of such indicators as ROI (Return on Investment) and ROCE (Return on Capital Employed).

Economically added value is an indicator whereby the profit of a corporation is meas-

ured. At the same time, traditional financial reports are transformed into EVA-reports by correcting possible distortions in the operating activity of the enterprise, which are caused by the requirements of accounting legislation and adjustment of operating profit.

Mathematical accuracy is an indisputable advantage of EVA. The formula for calculating EVA in general form will be as follows:

$$EVA = NOPAT - C \times WACC,$$

where *NOPAT* (net operating profit after taxes) – net operating profit less income tax;
C – the company's capital,
WACC (waited average cost of capital) – weighted average capital cost.

Thus, EVA is defined as the difference between the net profit and the value of the company's own capital used to obtain it.

EVA is a certain quality indicator of management decisions: a constant positive value of this indicator indicates an increase in the company's value, while a negative one indicates a decrease in its value. The concept of EVA becomes the main principle of evaluating the company's activities.

In strategic management the EVA criterion is used in combination with such common strategic analysis tools as the matrix of market attractiveness, the matrix of the Boston consulting group and competitive positions, and others.

It should be noted that this concept was used as a cost management tool recently, in spite of that it is not a new concept in the economy. Today more than 250 leading companies with a world-wide name use the concept of EVA (Coca-Cola, Briggs & Stratton, AT&T, Quarker Oats, etc.).

Conclusions. Based on the foregoing, it can be concluded that the listed cost research concepts are not homogeneous.

Some concepts (value added, functional cost-accounting factors) are related to accounting and are based on accounting characteristics of costs.

Other concepts (a chain of values, structural cost-creating factors, strategic positioning, ABC) consider costs as an object of management more in the economic plan, rather than in accounting.

Separate concepts (transaction costs) combine both economic and accounting aspects.

Specified cost management concepts are effective tools in the study of costs. However, until recently in the economic literature the greatest attention is paid to the concept of strategic positioning, a chain of values and cost-creating factors. The combination of these three concepts is the most powerful way to analyze costs for technological change - strategic cost management.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

References

1. Cose, R. *The nature of the firm//The theory of the firm*, Series "Milestones of economic thought" (Russian), Edited by V.M. Galperin, St. Petersburg: Economic School, 1995, 11-32 p.
2. Ivashkovskaya, I.V. *Management of company value: challenges to Russian management* (Russian), Russian Journal of Management, 2004, № 4, 113-132 p.
3. Kovalev, V.V., Kovalev, Vit.V. *Accounting, analysis and financial management* (Russian), Study guide, Moscow: Finances and Statistics, 2006, 688 p.
4. Lebedev, V.G. *Management of costs on the enterprise* (Russian), a Study guide, Edited by G.A. Krayukhin, St. Petersburg: Publishing House "Business Press", 2003, 256 p.
5. Nikolayeva, O.E. *Strategic management accounting* (Russian), O.E. Nikolayeva, O.V. Alekseyeva Moscow: Editorial URSS, 2003, 304 p.
6. Patrusova, A. M., Slinkova, O.K. *General approaches to cost management in the implementation of investment projects* (Russian), The proceedings of Bratsk state University. Economics and Management Series, 2015, 238-241 p.
7. Porter, M. E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press, 1985.

8. Shank, J., Govindarajan, V. *Strategic management of costs: new methods to increase competitiveness* (Russian), St. Petersburg: BusinessMicro, 1999, 27-29 p.

9. Vladymtsev, N. *Economic aspects of forming the conceptual basis for cost management* (Russian), Economic Analysis: Theory and Practice, 2008, № 14 (119), 22-26 p.

10. Williamson, O. E. *The Economics of Antitrust: Transaction Cost Considerations*, University of Pennsylvania Law Review, 1439-1496 p., June 1974.

11. Zozulya, V. *EVA: a new look for old things* (Russian), Company management, <http://www.management.com.ua>.

Невматулина Карина Анваровна, заместитель директора Центра международных программ, проектов и академической мобильности, доктор экономических наук, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза

Nevmatulina Karina Anvarovna, Deputy Director of the Center for International Programs, Projects and Academic Mobility, Doctor of Economics, Karaganda Economic University Kazpotrebsoyuz

**ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ
PROBLEMS OF TRAINING PERSONNEL FOR THE SERVICE SECTOR**

УДК 378

DOI: 10.18413/2408-9346-2018-4-2-0-6

Пастухова Д. А.¹
Грудистова Е. Г.²**МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА
СЕРВИСА**

- 1) Московский государственный областной университет,
ул. Радио, 10А, г. Москва, 105005, Россия.
pastukhovad@mail.ru
- 2) Братский государственный университет, ул. Макаренко, 40, г. Братск,
665709, Россия.
diplombgu@mail.ru

Аннотация. Анализ основных образовательных программ по направлениям подготовки, входящим в укрупненную группу «Сфера обслуживания», показывает, что в системе отечественного высшего образования отсутствует концептуальное представление о содержании сервисной подготовки. Особенно это касается направления подготовки «Сервис», имеющего нечеткие, размытые границы. Статья посвящена моделированию образа конкурентоспособного специалиста сервиса, использование которой в вузовской практике будет содействовать содержательному наполнению образовательных программ по направлениям подготовки, входящим в укрупненную группу «Сфера обслуживания». Конкурентоспособность специалиста сервиса является ключевым условием конкурентоспособности сервисной организации и оказываемых ею услуг. Конкурентоспособный специалист сервиса – это не только специалист, обладающий необходимыми компетенциями, но и личность, обладающая профессионально значимыми личностными качествами. Конкурентоспособность специалиста сервиса представляет собой сложное интегральное образование, включающее знания, умения и навыки в сфере профессиональной деятельности с учетом специфики оказываемых сервисной организацией услуг; знания, умения и навыки коммуникативной компетентности; профессионально значимые личностные качества. Коммуникативная компетентность специалиста сервиса включает в себя четыре основных составляющих: лингвистическую, социокультурную, прагматическую и кросс-культурную компетентность. Основными профессионально значимыми личностными качествами специалиста сервиса выступают толерантность, развитая эмпатия, психологическая устойчивость, нравственное здоровье, креативность и адаптивность.

Ключевые слова: сервис, конкурентоспособный специалист, коммуникативная компетентность, личностные качества специалиста сервиса.

UDC 378

Pastukhova D. A.¹
Grudistova E. G.²

MODEL OF COMPETITIVE SERVICE SPECIALIST

- ¹⁾ Moscow State Regional University, 10A, Radio St., Moscow, 105005, Russia.
pastukhovad@mail.ru
- ²⁾ Bratsk State University 40, Makarenko St., Bratsk, 665709, Russia.
diplombg@mail.ru

Abstract. The analysis of the main educational programs in the areas of training included in the enlarged "Service sector" shows that the system of national higher education lacks a conceptual idea of the content of service training. Especially it concerns the direction of the preparation of "Service", which has fuzzy, blurry borders. The article is devoted to modeling the image of a competitive service specialist, the use of which in university practice will contribute to the content filling of educational programs in the areas of training included in the enlarged group "Service Sphere". Competitiveness of the service specialist is a key condition for the competitiveness of the service organization and the services it provides. A competitive service specialist is not only an expert with the necessary competencies, but also a person with professionally significant personal qualities. Competitiveness of the service specialist is a complex integrated education, including knowledge, skills and skills in the field of professional activities, taking into account the specifics of services provided by the service organization; knowledge, abilities and skills of communicative competence; professionally significant personal qualities. Communicative competence of the service specialist includes four main components: linguistic, sociocultural, pragmatic and cross-cultural competence. The main professionally significant personal qualities of the service specialist are tolerance, developed empathy, psychological stability, moral health, creativity and adaptability.

Keywords: service, competitive specialist, communicative competence, personal qualities of a service specialist.

Введение. Одной из наиболее ярких тенденций современности является опережающее развитие сферы услуг. Сфера услуг приобретает приоритетный характер как по вкладу в национальные бюджеты, так и по численности занятых в ней. Данная тенденция проявляется во всем мире, не является исключением и российская экономика. Данное обстоятельство должно было бы свидетельствовать о значительных масштабах подготовки специалистов сервиса для активно развивающегося рынка услуг, что, впрочем, не подтверждается реальной статистикой выпускников отечественных высших учебных заведений. Следует отметить, что проблема подготов-

ки специалистов сервиса находит большой отклик как в среде ученых-исследователей, практиков, так и педагогической ответственности. С целью консолидации усилий по решению данной проблемы еще в 2009г. был создан Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса. В качестве основной миссии данный Консорциум обозначил содействие повышению качества образования по укрупненной группе направлений подготовки «Сфера обслуживания».

Обзор исследований, посвященных проблеме подготовки специалистов сервиса, показал, что существует два принципи-

альных момента, связанных с ее решением. Во-первых, это психологическая неготовность общества к восприятию специалистов сервиса на уровне высшего образования. Традиционно в нашей стране сервисные профессии считались рабочими, и это отношение не преодолено и сегодня. Так, например, в утвержденном приказом Министерства труда России № 832 от 2 ноября 2015г. списке самых востребованных профессий специалист по гостеприимству соотносится с профессиями, требующими среднего профессионального образования.

Во-вторых, в самой системе отечественного высшего образования отсутствует концептуальное представление о содержании сервисной подготовки. В меньшей степени это касается таких направлений подготовки, как «Туризм» и «Гостиничное дело» в силу их узконаправленного характера, и в большей – направления подготовки «Сервис», имеющего нечеткие, размытые границы (Слинкова, 2018). В этих условиях построение модели конкурентоспособного специалиста сервиса является весьма актуальной задачей как с точки зрения обеспечения его конкурентоспособности на рынке труда в сфере услуг, так и в плане методологического осмысления содержания вузовской подготовки.

Основная часть.

Цель работы – обоснование модели конкурентоспособного специалиста сервиса как основы для содержательного наполнения основных образовательных программ по направлениям подготовки, входящим в укрупненную группу «Сфера обслуживания».

Материалы и методы исследования. Исследование проводилось на основе анализа содержания основных образовательных программ высшего образования российских вузов, осуществляющих подготовку специалистов для сферы услуг, а также анализа материалов зарубежных и отечественных исследований, посвященных проблемам сервисной деятельности и сервисной подготовки в высших учебных заведениях.

Результаты исследования и их обсуждение. Конкурентоспособность является ключевым фактором рыночной экономики. В рамках рассматриваемой проблемы целесообразно, на наш взгляд, выделение трех ее иерархических уровней (рис. 1):

- конкурентоспособность сервисной организации;
- конкурентоспособность услуги;
- конкурентоспособность специалиста сервиса.



Рис. 1. Иерархия конкурентоспособности
Fig. 1. Hierarchy of competitiveness

Указанные уровни конкурентоспособности тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Результаты исследований подтверждают, что уровень конкурентоспособности организации жестко коррелирует с уровнем конкурентоспособности услуги (Ильина, Скворцов, 2011: 300).

К основным факторам конкурентоспособности организаций в сфере услуг обычно относят следующие:

- занимаемая доля рынка по отношению к основным конкурентам;
- место расположения организации;
- имидж организации;
- квалификация персонала;
- финансовые возможности организации;
- отлаженные связи с поставщиками ресурсов;
- уровень информационного сопровождения клиентов;
- уровень корпоративной культуры;
- прогрессивность используемых технологий оказания услуг и др.

При оценке конкурентоспособности услуг обычно учитывают следующие факторы:

- качество оказываемых услуг;
- качество обслуживания покупателей;
- цена оказываемых услуг;
- безопасность услуг;
- время, затрачиваемое на ожидание и получение услуги;
- уровень дифференциации предлагаемых услуг и его соответствие индивидуальным запросам клиентов;
- инновационность предлагаемых услуг и их соответствие современным тенденциям и моде;
- наличие дополнительного сервиса (возможность приобретения услуги в кредит, предоставление рассрочки по оплате, гарантии, сувениры, подарки и др.).

Конкурентоспособность организации и конкурентоспособность оказываемых ее услуг определяет успешность конкурентной борьбы на рынке услуг. В конечном счете, конкурентная борьба сервисной ор-

ганизации – это борьба за потребителей и их лояльность. Современные исследования показывают, что основными «драйверами» лояльности потребителей в сфере услуг являются:

- качество сервиса (примерно 35%);
- цена услуги (примерно 30%);
- бренд (примерно 20%);
- качество конечного результата услуги (примерно 15%).

Признание ключевой роли человека в обеспечении конкурентоспособности услуг и сервисной организации в целом сегодня не подвергается сомнению. В сфере услуг наличие жесткой связи между конкурентоспособностью организации и конкурентоспособностью персонала определяется еще и тем, что услуга неотделима от ее производителя.

Конкурентоспособность специалиста – многомерное свойство личности. По мнению Б. Д. Парыгина, конкурентоспособность представляет собой «комплексное свойство, имеющее свои ресурсы (психологическое здоровье, возраст, внешность, способности, талант, уровень интеллекта, запас энергии) и нравственные аспекты (иерархия ценностей, система верований, наличие запросов и личных ограничений)» (Парыгин, 2000: 51). Определение тех свойств и личностных качеств специалиста сервиса, которые определяют его конкурентоспособность, невозможно осуществлять без рассмотрения особенностей рынка услуг и специфики самих услуг, предлагаемых сервисными организациями.

Являясь составной частью товарного рынка, рынок услуг подчиняется его общим законам и закономерностям (например, закон соответствия спроса и предложения; закон постепенного убывания спроса и др.). Наряду с этим, рынок услуг обладает и специфическими особенностями.

Во-первых, рынок услуг в большей степени, нежели чем рынок материально-вещественных товаров, соответствует классическому рынку свободной конкуренции. Впрочем, это правило не является

абсолютным. Так, например, ОАО «Российские железные дороги» по сути является монополистом на отечественном рынке услуг железнодорожного транспорта. Вместе с тем, на рынке услуг преимущественно функционируют малые и средние предприятия, основанные на частной собственности. Этим определяется достаточно высокий уровень конкурентной борьбы сервисных организаций за место на рынке. А это, в свою очередь, определяет необходимость высокой конкурентоспособности специалистов сервиса на рынке труда.

Во-вторых, это касается территориальной локализации рынка услуг. Если материальный товар отчужден от производителя и может продаваться за тысячи километров от места расположения производителя, то рынок услуг концентрируется вокруг производителя, так как предполагает непосредственный контакт производителя и потребителя услуг. Однако и здесь имеют место исключения. Так, например, потребители услуг дистанционного образования могут находиться достаточно далеко от непосредственного производителя услуги. Тем не менее, указанная особенность рынка услуг обуславливает высокий уровень клиентоориентированности сервиса, что, в свою очередь, служит основой для предъявления специалистам сервиса жестких требований в части владения гуманитарными технологиями и навыками установления и поддержания эффективных коммуникаций.

В-третьих, рынок услуг отличается от других видов товарного рынка большей гибкостью и динамизмом. Это объясняется, прежде всего, более простыми условиями вхождения на данный рынок с точки зрения требований к величине первоначального капитала, чем в перерабатывающей, добывающей или аграрной сферах экономики, а также высокой скоростью оборота капитала вследствие более короткого производственного цикла. Кроме того, если, например, в промышленном производстве, переход к выпуску новой про-

дукции требует полного или частичного переналаживания технологического оборудования, то для предложения новых услуг часто оказывается достаточным наличия новой творческой идеи или повышения квалификации персонала. Гибкость и динамизм рынка услуг предъявляют высокие требования к специалистам сервиса в части способностей адаптировать свое поведение к особенностям конкретной ситуации на рынке услуг, с одной стороны, и к особенностям конкретного клиента, – с другой.

В-четвертых, на рынке услуг существует гораздо меньше возможностей для строгой регламентации и стандартизации технологических процессов и собственно услуг вследствие высокой их дифференциации. Отмеченная особенность рынка услуг, с одной стороны, значительно усложняет управление и контроль сервисной деятельности на уровне организации, с другой стороны, – обеспечивает особую роль ее творческой составляющей и диктует необходимость развитых творческих способностей работников сервиса (Пастухова, 2017).

Наконец, рынок услуг характеризуется большей чувствительностью к рыночной конъюнктуре и воздействию сезонных факторов. Это связано с невозможностью складировать, хранить и транспортировать услуги. Невозможность производить услуги впрок и большие колебания спроса на услуги приводит к необходимости удержания клиентов за счет повышения их лояльности к оказываемым услугам и сервисной организации в целом. Как отмечают специалисты, лояльность потребителей становится ключевым фактором обеспечения постоянного спроса на услуги благодаря увеличению доли постоянных клиентов (Даниленко, Арбатская, 2013: 96). При этом исследования показывают, что рост числа постоянных клиентов на 5% способен обеспечить рост прибыли на 25-85% (Reichheld, Sasser, 1990). В свою очередь, лояльность клиентов обеспечивается пози-

тивным имиджем сервисной организации, который в значительной степени определяется качеством сервиса и культурой обслуживания. Следовательно, высокий уровень культуры специалиста сервиса является необходимым условием его конкурентоспособности.

Для более систематизированного представления о факторах конкурентоспособности специалиста сервиса обратимся к содержанию сервисной деятельности. В обобщенном виде любая сервисная деятельность (под которой мы понимаем деятельность, направленную на удовлетворение человеческих потребностей посредством оказания услуг) включает два взаимосвязанных процесса: процесс, связанный с выполнением самой услуги (производственный процесс), а также процесс обслуживания клиента. Данные процессы могут совпадать или не совпадать во времени в зависимости от соотношения видимых операций (осуществляемых в присутствии клиента) и невидимых.

Доля, которую занимают видимые для клиента сервисные операции, зависит от характера услуг. При оказании услуг, требующих непосредственного участия клиента (парикмахерские услуги, услуги фитнес-центров и др.) видимая часть сервиса превалирует. В организации же, оказывающей, например, услуги телефонной связи, видимая часть сервиса минимизируется и ограничивается, преимущественно, оформлением договора на предоставление соответствующей услуги.

Таким образом, сервисная деятельность предполагает двойственный характер используемых технологий:

- с одной стороны, производство услуги осуществляется с помощью операций с материальными объектами;

- с другой стороны, обслуживание индивидуального потребителя осуществляется с использованием гуманитарных технологий.

Соответственно, специалист в области сервиса должен, с одной стороны, обла-

дать знаниями и навыками в области технологических операций с материальными объектами, а, с другой стороны, развитыми коммуникативными навыками. При этом следует отметить, что осуществление операций с материальными объектами предполагает использование самых различных технологий (физических, химических, информационных и т.д.) в зависимости от типа услуги. Знания и практические навыки в этой области обеспечиваются путем включения в учебные планы дисциплин, определяющих содержание профиля подготовки специалистов сервиса (сервис транспортных средств, сервис на предприятиях общественного питания, сервис в индустрии моды и т.д.).

Если производственные процессы в каждой подотрасли сервиса обладают большой спецификой, то процессы обслуживания имеют много общего на различных предприятиях сервиса. Данные процессы обеспечиваются так называемым контактным персоналом сервисной организации, от качества работы которого в значительной степени зависит удовлетворенность клиентов полученными услугами.

Работа специалиста в контактной зоне максимально соответствует типу професий «человек – человек», поэтому от него требуется не только высокая квалификация в соответствующей сфере деятельности, но и искреннее принятие требований морали и норм нравственности. Сегодня, говоря о сервисе, ему часто дают всевозможные эпитеты: превосходный, потрясающий, первоклассный и т.д. Все эти эпитеты оказываются справедливыми только в том случае, если сервис является искренним. Наверное, можно научить работников улыбаться, говорить любезные фразы, но если они будут делать это из необходимости или по принуждению, клиенты обязательно почувствуют неискренность. Клиент, нуждающийся в услуге, рассчитывает, что его встретят высококвалифицированные работники, способные помочь,

подсказать, быстро и качественно удовлетворить его потребности. Культура общения работника контактной зоны с потребителем проявляется не только в умении четко и грамотно сформулировать свои мысли, но и в умении выслушать посетителя, проявить отзывчивость, сопереживание,

заботу. Отсюда понятно, что конкурентоспособный специалист сервиса – это не только «продукт» производства высшего учебного заведения, обладающий необходимыми компетенциями, но и личность, обладающая профессионально значимыми личностными качествами (рис.2).

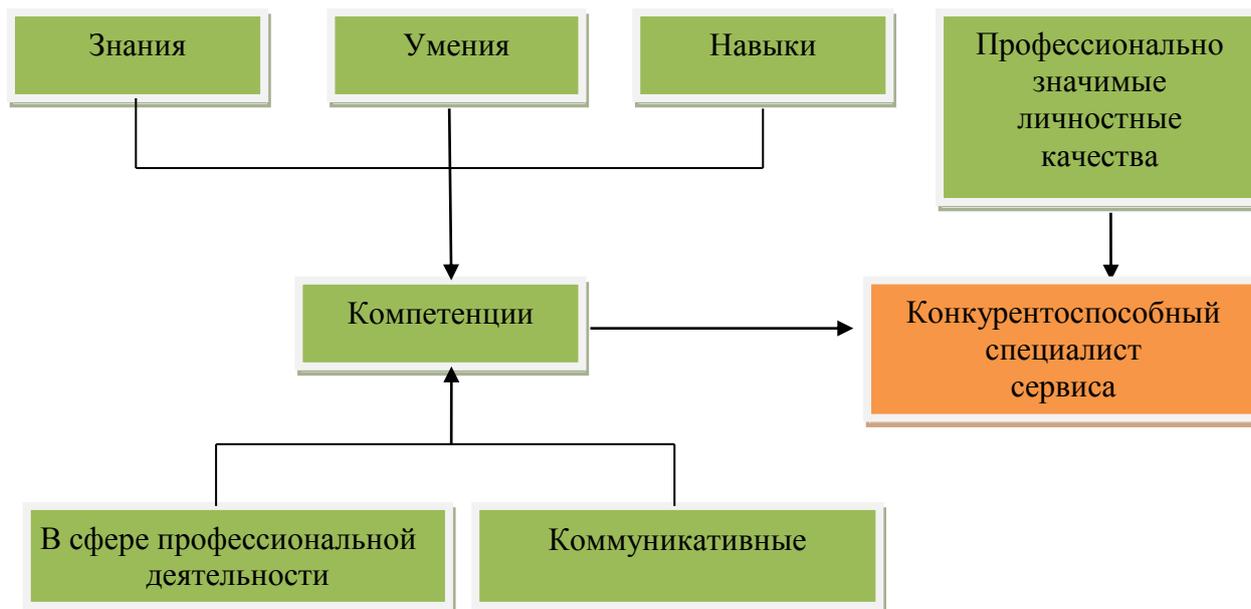


Рис. 2. Модель конкурентоспособного специалиста сервиса
Fig. 2. Competitive Service Specialist Model

Уточним некоторые составляющие представленной модели конкурентоспособности специалиста сервиса. Пожалуй, сложно найти другие, более значимые для эффективной деятельности специалиста сервиса навыки, чем навыки коммуникативной компетентности. К понятию коммуникативной компетентности обращаются многие зарубежные и отечественные исследователи. Французский исследователь Дж. Савиньон определяет коммуникативную компетентность как «способность функционировать в реальной обстановке общения, т.е. в динамическом обмене информацией» (Savignon, 2002). Ю.Н. Емельянов дает более «развернутое» определение: «Коммуникативная компетентность – это такой уровень сформированности меж-

личностного опыта, то есть обученности взаимодействию с окружающими, который требуется индивиду, чтобы в рамках своих способностей и социального статуса успешно функционировать в данном обществе» (Емельянов, 1991).

Рассмотрение различных подходов к определению сущности коммуникативной компетентности позволяет сделать вывод о том, что данным термином в научных исследованиях обозначают сложный интегративный навык, имеющий множество различных взаимосвязанных составляющих. На рис. 3 представлены выделенные нами наиболее значимые составляющие коммуникативной компетентности применительно к специалисту сервиса.



Рис. 3. Основные составляющие коммуникативной компетентности специалиста сервиса
Fig. 3. The main components of the communicative competence of a service specialist

Кратко обозначим выделенные нами основные составляющие коммуникативной компетентности специалиста сервиса. Лингвистическая компетентность – это способность грамотно излагать свои мысли в устной и письменной формах и, соответственно, правильно воспринимать суждения партнера по коммуникации. Лингвистическая компетентность специалиста сервиса предполагает знание родного языка и, как минимум, одного иностранного языка.

Социокультурная компетентность рассматривается нами как умение улавливать чувства и эмоциональное состояние собеседника, создавать позитивный эмоциональный фон, использовать стили общения, наиболее соответствующие особенностям конкретной ситуации. Для специалиста сервиса данная составляющая исключительно важна: индивидуальный подход к каждому клиенту с учетом его запросов, ожиданий, психологического типа и особенностей покупательского поведения обеспечивает хорошие возможности для установления позитивных контактов.

Прагматическая компетентность представляет собой способность использовать коммуникацию в определенных функциональных целях для реализации рабочих задач. Для специалиста в области сервиса в качестве важнейшей профессиональной задачи, решаемой посредством коммуникации, является формирование лояльности клиента к сервисной организации и приверженности к ее услугам.

Кросс-культурная компетентность – это способность воспринимать различия национальных и этнических культур, учитывать особенности культурных традиций, стереотипов, средств невербальной коммуникации в построении общения с представителями других культур.

Следующий вопрос, требующий уточнения – состав профессионально значимых личностных качеств специалиста сервиса. Анализ научных публикаций по данной проблематике показывает наличие весьма широкого и разнообразного спектра личностных качеств, которые, по мнению авторов, обеспечивают успех профессио-

нальной деятельности в сфере сервиса. На наш взгляд, любые попытки составить максимально полный перечень личностных качеств конкурентоспособного специалиста сервиса делают его портрет весьма

расплывчатым. Поэтому в качестве таких мы выделили лишь те, которые непосредственно обусловлены спецификой сервисной деятельности (рис. 4).



Рис. 4. Состав профессионально значимых личностных качеств специалиста сервиса

Fig. 4. Composition of professionally significant personal qualities of a service specialist

В числе наиболее значимых личностных качеств специалиста сервиса мы выделяем толерантность, рассматриваемую нами как проявление любви к людям, готовность принять других людей со всеми их достоинствами, недостатками и специфическими особенностями. В последнее время «мода» на толерантность, провозглашенная в качестве базовой ценности глобального мира, начинает явно уступать место эгоцентрическим тенденциям. Вместе с тем, настоящий сервис невозможен без искренней любви к людям. Это условие является базовым, вытекающим из самой сути сервиса как фактора гуманизации человеческих отношений.

Следующим, не менее важным личностным качеством специалиста сервиса является развитая эмпатия. Специалист сервиса должен уметь понять, в чем состоят потребности, запросы и ожидания каждого клиента. Эмпатическое понимание представляет собой умение увидеть ситуацию не через призму своего жизненного опыта, а с точки зрения другого человека. Такое понимание требует подключения не только левого полушария головного мозга, отвечающего за логику восприятия, но и правого, дающего возможность на эмоциональном, интуитивном уровнях понять чувства другого человека.

Специалист сервиса должен обладать психологической устойчивостью, демон-

стрируя высокий уровень самообладания, выдержки, способность разрядить психологическое напряжение, разрешить конфликтную ситуацию. Клиенты могут предъявлять завышенные требования и претензии, проявлять не лучшие образцы поведения, при этом работник сервиса должен уметь найти достойный выход из каждой такой сложной ситуации. Правило «клиент всегда прав» должно стать неотъемлемой составляющей его сознания.

Нравственное здоровье – следующая неотъемлемая составляющая профессионально значимых личностных качеств специалиста сервиса. На это указывают многие специалисты. Так, например, О.А. Фокина отмечает, что стремление навязать клиенту услуги любой ценой часто «приводит сервисные организации к манипулированию потребностями человека, формированию нездоровых привычек, потребительскому образу жизни» (Фокина, 2007: 81). Отметим и мы, что использование недобросовестных манипулятивных практик является, к сожалению, достаточно распространенным явлением в отечественном сервисе. Однако опыт показывает, что современные потребители становятся все более чувствительными к использованию таких практик, следствием чего становится растущее недоверие к сервисной организации, потеря имиджа, клиентов и доходов. Нравственное здоровье предполагает и высокий уровень культуры специалиста сервиса, в основе которого лежат четко осознанные ценностные ориентации (Слинкова, 2006, Грудистова, 2010).

Требование креативности к специалисту сервиса обусловлено, как было отмечено выше, высокой творческой составляющей сервисной деятельности. Использование стандартных подходов к решению профессиональных задач в сервисе, с одной стороны, ограничено сложностью регламентации услуг, с другой, – препятствует конкурентоспособности услуг за счет снижения возможностей их индивидуализации. Поэтому конкурентоспособ-

ный специалист сервиса должен обладать творческим мышлением, высоким уровнем восприятия всего нового (Пастухова, 2017).

Адаптивность, как свойство личности, предполагает проявление гибкости в мышлении и поведении. В деятельности специалиста сервиса преобладает ситуационный подход, связанный с необходимостью учета индивидуальных предпочтений клиента. Ситуационный подход исходит из предположения, что не существует двух одинаковых ситуаций даже при условии их внешней схожести. Данный подход оказывается единственно справедливым по отношению к клиентам – каждый клиент представляет собой индивидуальность, от понимания особенностей которой целиком и полностью зависит возможность установления позитивного контакта с ним.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Конкурентоспособность специалиста сервиса является ключевым условием конкурентоспособности сервисной организации и оказываемых ею услуг.

2. Конкурентоспособность специалиста сервиса представляет собой сложное интегральное образование, включающее знания, умения и навыки в сфере профессиональной деятельности с учетом специфики оказываемых сервисной организацией услуг; знания, умения и навыки коммуникативной компетентности; профессионально значимые личностные качества.

3. Коммуникативная компетентность специалиста сервиса включает в себя четыре основных составляющих: лингвистическую, социокультурную, прагматическую и кросс-культурную компетентность.

4. Основными профессионально значимыми личностными качествами специалиста сервиса выступают толерантность, развитая эмпатия, психологическая устойчивость, нравственное здоровье, креативность и адаптивность.

5. Использование предложенной модели конкурентоспособного специалиста

сервиса позволяет обеспечить содержательное наполнение образовательных программ высшей школы по направлениям подготовки, входящим в укрупненную группу «Сфера обслуживания», с учетом специфики сервисной деятельности и особенностей рынка услуг.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

1. Грудистова, Е.Г. Методические основы управления организационной культурой // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2010. № 2 (2). С. 9-20.
2. Даниленко, Н. Н., Арбатская, Е. А. К вопросу о методике оценки конкурентоспособности предприятия сферы услуг // Известия УрГЭУ. 2013. №3-4 (47-48). С. 95-99.
3. Емельянов, Ю.Н. Теория формирования и практика коммуникативной компетентности: автореф. дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. – 38 с.
4. Ильина, И. Е., Скворцов, А. Е. Конкурентоспособность услуги как элемент инновационного развития // Теория и практика общественного развития. 2011. №4. С. 299-301.
5. Пастухова, Д.А. Развитие творческих способностей как условие профессионального становления специалистов сервиса // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3, № 4. С. 60-72.
6. Практикум по социально-психологическому тренингу. Учебное пособие / под ред. Б. Д. Парыгина. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2000. – 308 с.
7. Слинкова, О.К. Проблемы подготовки бакалавров сервиса в контексте реализации практикоориентированного обучения // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2018. Т. 3, № 4. С. 70-85.
8. Слинкова, О.К. Трудовая мотивация и организационная культура (теоретико-методологические и прикладные основы исследования). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Кемеровский государственный университет. Кемерово, 2006.

9. Фокина О. А. Ценностные ориентации как составляющая гуманитарной компетентности будущих специалистов сервиса // Интеграция образования. 2007. №3-4. С. 81-85.

10. Шилова, М. И., Белых, И. Л. Формирование конкурентоспособности выпускника вуза // Вестник ТГПУ. 2010. №4. С. 39-44.

11. Reichheld, F., Sasser, W. Zero Defekts: Quality Comes to Services // Harvard Business Review. 1990. Sept-Okt.

12. Savignon, S. J. Interpreting communicative language teaching. Context and concerns in teacher education – Yale University Press. New Haven & London, 2002, 243 p.

References

1. Grudistova, E.G. Methodical bases of management of organizational culture // Problems of social and economic development of Siberia. 2010. № 2 (2). Pp. 9-20.
2. Danilenko, N.N., Arbatskaya, E.A. To the question of the method of assessing the competitiveness of a service enterprise // Izvestiya Ural State University of Economics and Management. 2013. № 3-4 (47-48). Pp. 95-99.
3. Yemelyanov, Y.N. Theory of formation and practice of communicative competence: author's abstract. dis. ... Dr. psychol. Sciences: 19.00.05. - Leningrad: Publishing House of Leningrad State University, 1991. - 38 p.
4. Ilyina, I.E., Skvortsov, A.E. Competitiveness of the service as an element of innovative development // Theory and practice of social development. 2011. № 4. Pp. 299-301.
5. Pastukhova, D.A. Development of creative abilities as a condition for professional development of service specialists // Scientific Result. Technologies of business and service. 2017. Vol. 3, No. 4. P. 60-72.
6. Workshop on socio-psychological training. Textbook / ed. BD Parygina. SPb.: Publishing house SPbGUP, 2000. - 308 p.
7. Slinkova, O.K. Problems of training bachelors of service in the context of implementation of practical-oriented training // Scientific Result. Technologies of business and service. 2018. Т. 3, No. 4. P. 70-85.
8. Slinkova, O.K. Labor motivation and organizational culture (theoretical, methodological and applied research bases). Thesis for the degree of Doctor of Economic Sciences / Kemerovo State University. Kemerovo, 2006.

9. Fokina O.A. Value orientations as a component of the humanitarian competence of future service specialists // *Integration of education*. 2007. № 3-4. Pp. 81-85.

10. Shilova, M.I., Belykh, I.L. Formation of the competitiveness of the graduate of the university // *Bulletin of TSPU*. 2010. № 4. Pp. 39-44.

11. Reichheld, F., Sasser, W. Zero Defekts: Quality Comes to Services // *Harvard Business Review*. 1990. Sept-Okt.

12. Savignon, S. J. *Interpreting communicative language teaching. Context and concerns in teacher education* – Yale University Press. New Haven & London, 2002, 243 p.

Пастухова Дарья Александровна, кандидат психологических наук, доцент кафедры дошкольного образования,

Московский государственный областной университет

Pastukhova Darya Aleksandrovna, Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of Preschool Education, Moscow State Regional University

Грудистова Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и информационных технологий, Братский государственный университет

Grudistova Elena Gennadyevna, Candidate of Economics Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Information Technology, Bratsk State University