

ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА И СЕРВИСА

RESEARCH RESULT. BUSINESS AND SERVICE TECHNOLOGIES

8(2) 2022

16+

Сайт журнала:
rrbusiness.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal





Том 8, № 2. 2022

Издается с 2014 г.

ISSN 2408-9346



Volume 8, № 2. 2022

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 международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА ПО СВЯЗЯМ С ЗАРУБЕЖНЫМИ АВТОРАМИ:

Климова Т. Б., кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ: **Королева И. С.**, кандидат географических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса Института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета, Россия

РЕДАКТОР АНГЛИЙСКИХ ТЕКСТОВ: **Ляшенко И. В.**, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Институт межкультурной коммуникации и международных отношений 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

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 туристологии 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**, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the Department of Hotel and Tourist Business, Plekhanov Russian University of Economics, Russia
DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Olga K. Slinkova**, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management Belgorod National Research University, Russia.

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF: **Tatyana B. Klimova**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of Department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management Belgorod National Research University, Russia.

EXECUTIVE SECRETARY: **Inna S. Koroleva**, Cand. Sci. (Geog.), Associate Professor, Department of international tourism and hotel business, Institute of Economics and management, Belgorod State National Research University, Russia.

ENGLISH TEXT EDITOR: **Igor V. Lyashenko**, Ph.D. in Philology, Associate Professor, Department of English Philology and Intercultural Communication, Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod National Research University, Russia

EDITORIAL BOARD:

Erkara B. Aimagambetov, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Kazakhstan.

Valeriya A. Antonova, Dr. Sci. (Econ.), 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, Dr. Sci. (Geog.), 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, Dr. Sci. (Tech.), Professor, Director of Institute Technologies and Business, Moscow State University of Technologies and Management. K. G. Razumovsky, Russia.

Liviu Gacheu, Cand. Sci. (Tech.), Professor, Associate Professor of Faculty of Food Productions, Transilvania University, Romania.

Elena V. Dumacheva, Dr. Sci. (Biol.), Associate Professor, Head of the department biology Belgorod National Research University, Russia.

Cecilia Georgescu, Cand. Sci. (Chemic.), Associate Professor of the Department of Agricultural Sciences And food Products Engineering University «Lucian Blaga» of Sibiu, Romania.

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

Nina I. Myachikova, Cand. Sci. (Tech.), Associate Professor, Head of Department of Food Technology Belgorod National Research University, Russia.

Maxim S. Oborin, Dr. Sci. (Econ.), 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, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Economy of the Kharkov National University of Municipal Economy, Ukraine.

Roman V. Plakhikh, Dr. Sci. (Geog.), Professor, Professor of Department of Recreational Geography and Tourism of the Kazakh National University Named after alFarabi al-Farabi, Kazakhstan.

Alexander V. Plyakin, Dr. Sci. (Econ.), PhD in Geography, Professor, Head of the Department of Management, Volzhsky Institute of Economics, Pedagogics and Law, Russia

Natalya S. Rodionova, Dr. Sci. (Eng.), Professor, Dean of Economics Department, Head of the Department of the Service and Restaurant Business Voronezh State University of Engineering Technologies, Russia.

Maya Chosich, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Deputy Director for Academic Affairs, Higher School of Tourism, Serbia

Nataliya V. Yakovenko, Dr. Sci. (Geog.), Professor, Head of Department of Department of Social and Economic Geography and Regional Studies, Voronezh State University, Russia.

Leonid N. Yatsun, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of the Department of Management of Foreign Economic Activity and Tourism of the Kharkov State University of Nutrition and Trade, Ukraine

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Алдабергенова А. Т., Слинкова О. К. Роль контрактов государственно-частного партнерства в развитии индустрии туризма	3	Aldabergenova A. T., Slinkova O. K. The role of public-private partnership contracts in the development of the tourism industry	3
Боджгуа А.Ю. Институциональная среда организационного механизма социально-ориентированного туризма	11	Bodzhgua A. Yu. Institutional environment of the organizational mechanism of socially oriented tourism	11
Королева И. С. Модель устойчивого туризма на староосвоенных территориях	23	Koroleva I. S. A model for sustainable tourism in old-developed territories	23
Кусерова А. И. Сопровождение иностранных туристов в России: проблемы и пути их решения	33	Kuserova A. I. Accompanying foreign tourists in Russia: problems and solutions	33
Морозова Н. С. Риски и банкротства предпринимательских структур в индустрии туризма и гостеприимства	47	Morozova N. S. Risks and bankruptcy of business structures in the tourism and hospitality industry	47
Оборин М. С. Состояние и перспективы развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма в России	57	Oborin M. S. The state and prospects of development of medical and sports tourism in Russia	57
Онищенко Е. В., Шарафутдинов В. Н. Актуальные вопросы разработки стратегии социально-экономического развития туристско-рекреационных регионов (на примере города-курорта Сочи)	66	Onishchenko E. V. Sharafutdinov V. N. Topical issues of developing a strategy for the socio-economic development of tourist and recreational regions (on the example of the resort city of Sochi)	66
Платов А. В., Литвинова О.И. Туристская инфраструктура как основа устойчивого развития дестинаций	79	Platov A. V. Litvinova O. I. Tourist infrastructure as the basis for sustainable development of the destination	79

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Крылова Д. В., Максименко А. А. Роль искусственного интеллекта в антикоррупционном рекрутинге	94	Krylova D. V., Maksimenko A. A. The role of artificial intelligence in anticorruption recruiting	94
--	-----------	---	-----------

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Валеева Ю. С. Факторы, влияющие на развитие услуг розничных торговых сетей	108	Valeeva Y. S. Factors influencing the development of retail network services	108
Кошелева Ю.П. Проблема методологии расчета показателей инновационной деятельности	124	Kosheleva Y. P. Challenge of methodology for calculation of innovation activity indicators	124

CONTENTS

DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR

PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Обзор
Review

УДК 338.46

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-1

Алдабергенова А. Т.¹
Слинкова О. К.²

Роль контрактов государственно-частного партнерства
в развитии индустрии туризма

¹Частное учреждение «Карагандинский университет Казпотребсоюза»,
ул. Академическая, д. 9, Караганда 100009, Казахстан,

¹e-mail: aigolek_09.87@mail.ru

¹ORCID: 0000-0001-5860-9589

²ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»),

ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия

²e-mail: Slinkova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0003-0904-0845

Статья поступила 02 мая 2022 г.; принята 05 июня 2022 г.;
опубликована 31 июня 2022 г.

Аннотация. Индустрия туризма является крупнейшей отраслью услуг в мире, которая может принести многочисленные экономические, культурные и социальные выгоды странам. Развитие туризма и получение доходов от этой отрасли влечет за собой строительство необходимых объектов, в которых, к сожалению, большинство правительств не имеют достаточного опыта и капитала. Инвестиции частного сектора через различные формы государственно-частного партнерства – это эффективный контрактный подход, который обеспечивает условия, при которых как государственный, так и частный секторы могут предложить свои собственные возможности проекту для достижения максимальной эффективности, в то же время обеспечивая необходимый капитал для проекта. В этом исследовании был исследован подход, принятый некоторыми странами в отношении контрактов государственно-частного партнерства в индустрии туризма. Представляется, что в соответствии с характеристиками соглашений о партнерстве, в случае наличия требуемой правовой базы, этот метод имеет соответствующие возможности для использования в туристических проектах, особенно в типовых областях туризма.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; туризм; инвестиции; инвестиционные контракты; частный сектор; типовые направления туризма

Для цитирования: Алдабергенова А. Т., Слинкова О. К. Роль контрактов государственно-частного партнерства в развитии индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 3-10. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-1

UDC 338.46

Aigul T. Aldabergenova¹
Olga K. Slinkova²

**The role of public-private partnership contracts
in the development of the tourism industry**

¹Private institution "Karaganda University of Kazpotrebsoyuz",
9 Akademicheskaya St., Karaganda 100009, Kazakhstan

¹e-mail: aigolek_09.87@mail.ru

¹ORCID: 0000-0001-5860-9589

²Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

²e-mail: Slinkova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0003-0904-0845

Abstract. The tourism industry is the largest service industry in the world that can bring numerous economic, cultural and social benefits for countries. Developing tourism and generating revenue from this industry entails building the necessary facilities, in which, unfortunately, most governments do not have enough experience and capital. Private sector investment through different patterns of public-private partnership is an effective contractual approach, which provides conditions where both the public and private sectors can proffer their own capabilities to the project in order to maximize efficiency, at the same time that it supplies the project's needed capital. This study investigated the approach taken by some countries to public-private partnership contracts in the tourism industry. It appears that, according to the characteristics of the partnership agreements, in case of the required legal bases being provided, this method has appropriate capabilities for using in tourism projects, particularly in sample areas of tourism.

Keywords: public-private partnership; tourism; investment; investment contracts; private sector; sample areas of tourism

For citation: Aldabergenova, A.T., Slinkova, O. K. (2022), "The role of public-private partnership contracts in the development of the tourism industry", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (2), pp. 3-10, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-1

Введение (Introduction). Сегодня туризм, на долю которого приходится более трети общего объема торговли услугами, известен во всем мире как динамичная, создающая валюту и развивающаяся отрасль. В дополнение к значительному культурному и социальному воздействию, туристические услуги могут также способствовать увеличению доходов, занятости и налоговых поступлений и играть эффективную роль в сокращении бедности, особенно в развивающихся странах. Туризм, как крупнейшая в мире сфера услуг, серь-

езно рассматривается различными странами и в последние годы переживает устойчивый рост. Эта отрасль тесно связана с развитием. Это превратило туризм в одну из главных целей и аспектов коммерческого и социального развития и превратило его инвестиционное развитие в одну из важных задач правительств.

Инвестиции в туризм включают в себя не только создание отелей, ресторанов, торговых и развлекательных центров, но и проекты, связанные с транспортом, включая строительство и реконструкцию аэро-

портов, железных дорог, портов и линий связи, которые находятся на территории этих инвестиций и напрямую связаны с ними. И это несмотря на то, что ограничения государственного бюджета, особенно в развивающихся странах, во многих случаях препятствуют значительным инвестициям в эту отрасль (Tekер, 2012).

Цель исследования (The aim of the work). Целью работы является обоснование роли контрактов государственно-частного партнерства в развитии индустрии туризма, выявление проблем и направлений развития государственно-частного партнерства в сфере туризма, а также рассмотрение зарубежного опыта государственно-частного партнерства (ГЧП) в туризме.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). В исследовании использована комплексная методология, основанная на применении системного, структурного и процессного подходов как научных методов познания и решения проблем развития туризма.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Продолжительность строительства и реализации проектов правительствами является еще одной проблемой, которая серьезно ставит под сомнение экономическую обоснованность правительственных экономических планов. Обычно в государственном управлении нет необходимости беспокоиться о завершении плана в установленный срок, и для завершения большинства проектов требуется много времени из-за различных проблем, таких как низкий бюджет, технические и административные проблемы и длительный процесс принятия решений. Эта проблема более очевидно проявляется в сфере туризма. Индустрия туризма – это отрасль, которая быстро развивается и обновляется. Потребности и пожелания заявителей также постоянно меняются и обновляются.

К этому необходимо также добавить следующее: неконкурентоспособность создания проектов правительством, отсут-

ствие финансовой и управленческой автономии, необходимой для реализации проекта, невозможность учета инфляции в тарифах на предоставление услуги и отсутствие надлежащей процедуры оценки правительственных организаций. Вышеупомянутые факторы привели правительства к выводу, что для достижения более высокой эффективности и сокращения расходов единственным решением является использование финансовой и управленческой мощи частного сектора.

С другой стороны, инвестиции, особенно в некоторых областях, требуют специальных условий, услуг и лицензий, которые частный сектор сам по себе не может обеспечить. Реализация некоторых из этих проектов имеет особое значение для правительства, и его полная передача частному сектору может задержать или свести на нет проект из-за таких факторов, как занятость в частном секторе или наличие некоторых рисков. Соответственно, полная передача плана частному сектору также неосуществима, и сами правительства практически предпочитают также участвовать в таких проектах как для обеспечения их хорошей работы и осуществления прямого надзора за проектом, так и для лучшего управления и контроля над ним в случае возникновения рисков, таких как политические риски.

Обращение к новым инновациям и новым способам финансирования можно рассматривать как подходящий метод привлечения частных инвесторов для совместного инвестирования в проекты, связанные с государственными услугами, в том числе в секторе туризма.

Рассмотрим использование контрактов государственно-частного партнерства в инфраструктурных планах и государственных услугах.

С начала 1990-х годов во многих странах учитывалось использование контрактов ГЧП, и на протяжении многих лет правительства все более настойчиво продолжают поощрять дальнейшее партнерство частного сектора в проектах инфра-

структуры и услуг с помощью методов партнерства (Darr, 2008). В настоящее время многие развивающиеся и развитые страны используют этот метод для проведения различных проектов на национальном и внутреннем уровнях.

Благодаря особенностям и возможностям, которые существуют в государственном и частном секторах, партнерство и сотрудничество этих двух секторов, интеграция их возможностей друг с другом и разделение существующих рисков могут оказать значительное влияние на оптимальную реализацию инфраструктурных проектов и государственных услуг.

Фактически, ГЧП – это долгосрочные контрактные соглашения между организациями государственного и частного секторов, которые конкретно направлены на финансирование, проектирование, внедрение и эксплуатацию объектов инфраструктуры и услуг (Asian Development Bank, 2008). Особенности таких контрактов являются партнерские отношения в области инвестиций, рисков, ответственности и доходов между вовлеченными сторонами. Цель такого контракта состоит в том, чтобы предоставить конкретный проект или услуги, которые традиционно финансировались государственным сектором (International Monetary Fund, 2011), тем не менее, по некоторым причинам правительство решает выполнить его в партнерстве с частным сектором. В принципе, участие обеих сторон в партнерских контрактах считается необходимостью (Grigorescu, 2008). Предмет контракта включает в себя создание объектов и их эксплуатацию на основе атрибутов и периода, оговоренных в контракте.

Как правило, при этом методе, вместо непосредственного осуществления проекта, правительство передает “привилегию” создания и эксплуатации проекта частной принимающей компании на определенный период времени; проектом может быть, например, создание аэропорта, развитие портов или производство развлекательных центров или отелей. Компания

несет ответственность за поставку и сбор необходимого капитала (полностью или частично) и разработку проекта. Во время эксплуатации объекта компания, обладающая привилегией, которая называется «проектная компания» или «консорциум», окупает свой первоначальный капитал и получает ожидаемую прибыль от продажи проектных услуг или товаров, которая определяется на основе предварительного соглашения с государственным сектором, и обычно возвращает управление объектами в государственный сектор в конце льготного периода, поскольку его условия указаны в контракте. При этом в некоторых случаях право собственности на проектные объекты всегда будет принадлежать частному сектору (практически до конца срока полезного использования проекта).

Обязательства каждого из партнеров могут варьироваться от проекта к проекту. В некоторых моделях партнерства частный партнер обычно участвует в различных аспектах предоставления услуг, в то время как в другой модели он играет минимальную роль и, например, участвует только в разработке проекта. Конечно, следует отметить, что, несмотря на изменения, которые могут произойти в роли и обязанностях каждой стороны, общая роль и обязанности правительства кардинально не меняются (Tekler, 2012). При таком методе частный сектор может снять тяжелое бремя с плеч правительства, приняв на себя риск создания и эксплуатации, а также затраты на сложные проекты. Один из принципов распределения рисков заключается в том, что риск должен быть передан стороне, которая могла бы управлять им лучше и с меньшими затратами (Yescombe, 2011). Соответственно, государственный сектор должен выявлять проектные риски в процессе партнерства и принимать решения относительно их передачи.

В любом случае, этот метод позволяет как государственному, так и частному секторам сочетать свои специфические навыки друг с другом и получать хорошие

результаты, результат, которого не смогла бы достичь ни одна из сторон в одиночку (Akintoye, 2008). Из других эффектов партнерства государственного и частного секторов можно упомянуть следующее:

- сокращение излишней административной бюрократии и ускорение процесса принятия решений (Allen, 2001);

- использование новейших и более эффективных технологий;

- снижение конечной стоимости предоставляемых услуг;

- улучшение возможностей строительства, ремонта и технического обслуживания;

- предотвращение ненужного и беспорядочного использования из-за оплаты стоимости обслуживания пользователями (Flamrzy, 2009);

- повышение эффективности использования имеющихся ресурсов.

Обратимся к рассмотрению практики контрактов государственно-частного партнерства в туристических проектах.

Одним из направлений, в которых использование контракта государственно-частного партнерства всегда было в центре внимания стран, являются проекты, связанные с индустрией туризма. Инвестиции в туристическую индустрию предъявляют особые требования из-за специфических особенностей этой отрасли. В индустрии туризма отсутствие оптимального использования мощностей или неспособность предоставить оптимальные услуги иногда наносят необратимый ущерб структуре туризма страны. Соответственно, особое внимание уделяется принятию решений относительно метода создания, реконструкции или улучшения туристических объектов, в которых использование технических и управленческих навыков имеет исключительное значение. Частный сектор, как правило, может хорошо справляться с такими задачами благодаря имеющимся у него возможностям и профессионалам.

В то же время инициатива правительства считается необходимой для при-

влечения инвесторов в туристические проекты и создания чувства доверия к инвестору. Именно правительство должно предпринять первые шаги, обеспечить необходимые условия для инвестиций и предоставить инвестору инвестиционные возможности, льготы и правовую поддержку в любом случае. Кроме того, из-за особенностей этой отрасли инвестиции в туристические проекты иногда требуют значительных бюджетных затрат в отдаленных и труднопроходимых регионах, которые, тем не менее, обладают уникальными характеристиками для привлечения туристов. Предоставление общественных объектов и услуг, от линий связи до водоснабжения и электроснабжения и т.д., делает необходимым участие правительства в реализации этих проектов.

В настоящее время используются различные подходы к партнерским контрактам в туристических проектах. Сегодня развитые экономики мира все чаще применяют контракты государственно-частного партнерства в различных областях: от строительства городских и междугородних дорог до реконструкции и возрождения городских проблемных районов и от модернизации объектов инфраструктуры до создания и улучшения центров отдыха и размещения. Развивающиеся страны также признали важность этих контрактов и стремятся использовать этот метод в различных проектах. Таким образом, общая стоимость проектов, осуществляемых в рамках контрактов государственно-частного партнерства, с 1985 года превысила 880 миллиардов долларов, и эта цифра постоянно растет. Из наиболее ведущих стран, использующих метод партнерства, можно назвать Канаду, Великобританию, Китай, Австралию, Америку, Индию, Малайзию, Сингапур, Турцию и Чехию. Как видно, развивающиеся страны также признали важность таких контрактов и являются одними из ведущих стран в использовании партнерских контрактов.

Во всем мире для партнерства используются многочисленные модели и ме-

тоды, и в каждом из них обязательства правительства и частного сектора различаются. Некоторые модели более распространены в конкретных странах. В качестве примера можно отметить метод частных финансовых инициатив (PFI), который популярен в Великобритании. Двумя наиболее распространенными моделями этого метода в сфере туризма являются «Строительство – эксплуатация – передача» (Build – Operate – Transfer (BOT)) и «Строительство – владение – эксплуатация» (Build – Own – Operate (BOO)). В качестве практического примера контрактов государственно-частного партнерства можно указать на создание семиэтажного коммерческого центра вместе с общественным рынком в городе Мандалуйонг на Филиппинах. Правительство этой страны приняло закон о строительстве, эксплуатации и передаче в 1990 году. Этот закон обеспечил правовую основу, необходимую для формирования государственно-частного партнерства, и позволил реализовать многочисленные проекты, в том числе туристические проекты, с помощью этого метода. Соответственно, коммерческий консорциум, состоящий из частных компаний, объявил о готовности осуществить этот проект под названием “Marco Funder and Developer Corporate” (MFD). В Индии только Комитет по утверждению государственно-частного партнерства (PPRAC) с января 2006 года одобрил 226 предложений стоимостью более 224466151 рупии. Все эти инициативы направлены на развитие инфраструктуры, особенно автомобильных дорог, портов, аэропортов, курортов и туристической инфраструктуры, железных дорог и спортивных стадионов. Согласно этому отчету, почти все эти контракты были типа BOT и BOO.

Изучив международный опыт ГЧП, ирландские эксперты пришли к выводу, что оно может быть использовано в общественном транспорте, дорожном строительстве, строительстве систем водоснабжения и канализации, а также общественных парковок. Они предложили разрабо-

тать и запустить серию пилотных проектов с использованием этого метода для представления правительству. Правительство также утвердило соответствующее законодательство в августе 1998 года, создав условия для участия частного сектора в этих областях, и создало штаб-квартиру проектов государственно-частного партнерства в своем финансовом департаменте в августе 1999 года (Ter-Minassian, 2004).

Правительство Вьетнама разработало ряд стимулирующих мер для поощрения частного сектора к участию в проектах BOT. В их число вошли такие меры, как:

1) освобождение от уплаты пошлин и подоходного налога на 4 года или 8-летнее освобождение для проектов с более высокой значимостью, которые были представлены и поощрены правительством;

2) освобождение от таможенных пошлин на машины и оборудование, необходимые для проекта (Ghiasabadi, 2011).

Использование государственно-частного партнерства в Австралии началось с 1980 года и с тех пор демонстрирует активное развитие, так что в настоящее время этот метод используется для предоставления услуг в обширных областях, включая создание и эксплуатацию таких проектов, как дороги, аэропорты и железные дороги, а также объекты социальной инфраструктуры (школы, больницы, тюрьмы и т.д.).

Ключевыми факторами развития государственно-частного партнерства в Австралии являются:

- вера исполнительных директоров государственного сектора в возможности частного сектора в области управления;

- наличие четкой процедуры финансового обеспечения и оснащения для крупномасштабных инфраструктурных проектов;

- наличие эффективной сети департаментов и управлений государственно-частного партнерства в штатах;

- обеспечение надлежащего взаимодействия с отечественными и иностранными инвесторами, подрядчиками, по-

ставщиками оборудования и финансовыми институтами.

Как уже отмечалось, BOT является наиболее распространенной моделью государственно-частного партнерства, особенно в туристических проектах. В рамках контракта BOT частный сектор несет ответственность за строительство объекта и получает привилегию на эксплуатацию и получение доходов от этого в течение определенного периода времени после строительства, чтобы компенсировать расходы на строительство проекта. По истечении этого периода времени указанный объект будет автоматически передан правительству-заказчику (Shiravi, 2005). Этот метод использовался во многих странах. Преимущество этого метода для правительства заключается в том, что частный сектор обязуется передать объект правительству через определенный период. Это позволяет правительству извлекать выгоду из доходов от объекта в будущем. Излишне говорить, что правительство может снова предложить объект частному сектору в качестве договора аренды.

Представляет интерес использование партнерских контрактов в индустрии туризма Ирана. Первым законом, в котором было предусмотрено партнерство, является Закон о поощрении и защите иностранных инвестиций. В статье 3 этого закона предусмотрено использование контрактов BOT в качестве средства привлечения иностранных инвестиций во всех секторах экономики. Однако в законе не упоминаются договоры государственно-частного партнерства. При этом закон, который конкретно касался бы этой проблемы в индустрии туризма в Иране, до сих пор не принят. Единственным заметным правилом в этой области является Исполнительный устав о формировании и управлении образцовыми районами туризма 2004 года, который, без ссылки на партнерский подход, предусматривает создание инфраструктуры и объектов обслуживания в образцовом туристическом регионе (статья 7) и реализацию утвержденных проектов ре-

гиона частному инвестору (статья 9). Государственный сектор также обязан передать инвестору государственные земли, необходимые для строительства, в течение двух месяцев (статья 6). В этом подзаконном акте не была указана необходимость предварительного соглашения между частным и государственным секторами и определения метода партнерства, и, по сути, правительство, намеренно или непреднамеренно, избегало применения термина «партнерство» для реализации региональных туристских проектов.

В этом контексте частный инвестор, который может быть отечественным или иностранным инвестором в соответствии с положениями этого закона, берет на себя строительство и эксплуатацию проекта, а государственный сектор отвечает за поставку необходимого оборудования и ресурсов в регион.

В связи с тем, что в этом подзаконном акте не был предусмотрен метод партнерства между частным и государственным секторами, возникает вопрос, можно ли определить размещенный контракт как разновидность контракта государственно-частного партнерства? Другими словами, можно ли назвать сотрудничество правительства и частного сектора партнерством в создании взаимных обязательств для реализации проекта "Образцовый туристический региона"?

Чтобы найти ответ, необходимо рассмотреть другие доступные законы, касающиеся государственно-частного партнерства. Впервые в истории законодательства страны в разделе 126 Закона о бюджете всей страны на 2013 год прямо упоминается метод государственно-частного партнерства с целью использования потенциала неправительственного сектора. В этом разделе устанавливается, что все правительственные учреждения должны использовать этот метод для начала исполнительной деятельности по проектам и/или крупным инициативам, принятым государственными компаниями. Излишне говорить, что в этой статье нет ссылки на тре-

бование упоминания названия договора о партнерстве и определения его типа в договоре.

В типовых регионах туризма планирование реализации различных этапов проекта и обязательств инвестора осуществляется в соответствии с контрактом, который заключается между инвестором и Организацией по туризму и культурному наследию. Конечно, то, что вытекает из функций и действий соответствующих государственных органов и инвестиционной компании в создании туристического региона, является сотрудничеством и взаимной приверженностью развитию этого региона.

Еще один момент, который необходимо рассмотреть, – это тип контракта о государственно-частном партнерстве в типовых регионах туризма. Чтобы исследовать этот вопрос, необходимо определить, передаются ли требуемые земли в типовых регионах туризма инвестору таким образом, чтобы их собственность всегда принадлежала инвестору, или предполагаемый регион просто передается инвестору для строительства типового региона туризма без каких-либо прав собственности на него.

В соответствии со статьей 6 Исполнительного устава формирования и управления образцовыми районами туризма в районах, для которых выдано соглашение о создании образцового региона туризма, предусмотрено в течение двух месяцев уступить инвестору государственные земли, необходимые для создания региона. В этой статье говорится только о передаче государственных земель для создания примерного региона, и не уточняется, является ли смысл этой концессии передачей права собственности, или передачей льгот, или созданием преимущества для инвестора. Безусловно, прояснение этого вопроса сыграет решающую роль в определении типа партнерских контрактов, относящихся к этим регионам. Похоже, что договор о передаче земли проектной компании является долгосрочным договором аренды. Долговечность и постоянство не могут

быть выведены из определения срока концессии, даже если этот период является долгосрочным; в то время как одной из отличительных характеристик собственности является ее постоянство (Katoozian, 2001). Более детальный анализ законодательства позволяет установить, что в типовых регионах туризма право собственности на землю передается инвестору, и инвестор обязан построить и эксплуатировать проект и не обязан передавать проект правительству через определенное время. Соответственно, представляется, что указанная структура проекта в большей степени соответствует контрактам ВОО. В таких контрактах проектная компания обязана строить, финансировать и эксплуатировать проект на постоянной основе, и проектная компания не обязана передавать его правительству. Другими словами, деятельность проектной компании по проекту не ограничивается определенным периодом времени. Роль правительства в этих контрактах может заключаться в предоставлении требуемой земли или оказании необходимой поддержки, такой как гарантированная покупка услуг, предоставляемых проектом. В этой модели проект, являющийся предметом контракта, заключается в том, что правительство постоянно передает свою собственность частному сектору для большего поощрения инвесторов.

Эта передача права собственности не является абсолютной и безоговорочной передачей, и соответствующие организации будут предоставлять концессию в соответствии с достигнутым соглашением с организацией культурного наследия и при условии создания образцового туристического региона. Излишне говорить, что эта условная передача не наносит ущерба контракту ВОО, поскольку при условном владении инвестор будет владельцем выделенных земель с самого начала и до установленного договором срока.

Заключение (Conclusions). Сегодня туризм является крупнейшей в мире отраслью услуг и считается самым быстрорастущим сектором экономики в мире.

Развитие этой отрасли, в дополнение к пространственным возможностям и возможностям, в значительной степени зависит от создания объектов, инфраструктуры и необходимого оборудования. Обеспечение такого подхода требует значительных инвестиций и опыта, которые в большинстве случаев не могут быть предоставлены только правительством или частным сектором. Метод государственно-частного партнерства – это подход, основанный на том, что частный сектор в партнерстве с государственным сектором берет на себя планирование, финансирование строительства и эксплуатацию конкретного проекта с целью предоставления государственных услуг. При этом правительство поддерживает частный сектор и предоставляет оборудование и ресурсы, такие как земля, водоснабжение, электроснабжение и телекоммуникационные услуги, освобождение от налогов и т.д.

В индустрии туризма создание условий для частно-государственного партнерства в каждой из областей государственных и частных инвестиций может обеспечить эффективное использование опыта и новых технологий в области туризма. Различные примеры возникновения таких контрактов существуют в индустрии туризма разных стран. Модель ВОТ представляет собой один из самых популярных методов партнерства в этой области. При этом следует подчеркнуть, что использование метода государственно-частного партнерства в различных проектах, включая туризм, требует обширной правовой регламентации, такой как принятие законов с гарантией эффективной его реализации.

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

Conflicts of Interest: the authors have no conflicts of interest to declare.

Список литературы

Akintoye, A. and Matthias B. (2008), *Public Private Partnership: Managing Risks and*

Opportunities, School of the Built and Natural Environment, Glasgow Caledonian University.

Allen, G. (2001), *The Private Finance Initiative (PFI)*, Economic Policy and Statistics Section, House of Commons Library Research Paper.

Darr, J. (2008), “Current Trends in Public Private Partnership Laws”, *Construction Lawyer*, Vol. 28 (3), pp. 53-63.

Flamrzy, M. (2009), *Investigating the Fields of Public-Private Partnerships in Infrastructure Projects in the Country Using SWOT Analysis and Codification of General Contractual Models*, MS Thesis, Tehran University, Technical Campus.

Ghiasabadi, A. and Mohammad, F. (2011), “Public-Private Partnerships in Various Countries: How to Increase the Injection of Private Sector Capital into Infrastructure Projects?”, *World of Economy Journal*, pp. 8-9.

Grigorescu, A. (2008), *Models of Public Private Partnership Projects in Tourism Industry*, Nation School of Political Studies and Public Administration (NSPSA), MPRA Paper from University Library of Munich, Germany.

International Monetary Fund (IMF) (2011), *Public Private Partnerships*, prepared by the Fiscal Affairs Department, [Online], available at: <http://www.imf.org/external> (Accessed 04.28.2022).

International Monetary Fund (IMF) (2011), *Public Private Partnerships*, prepared by the Fiscal Affairs Department, [Online], available at: <http://www.imf.org/external> /np/fad/2004/pifp/org/031204.pdf.11/2/2012 (Accessed 04.28.2022).

Katoozian, N. (2004), *Civil Law, Common Regulation of Contracts*, Vol. I, II, 6 Edition, Tehran, Publishing Company.

KPMG, *Public Private Partnerships in India*, [Online], available at: www.ibef.org/download/public-private-partnerships.pdf (Accessed 28 April 2022).

Shiravi, A. (2005), *Build, Operate and Transfer Contracts (BOT)*, Qom, Tehran University, Qom Campus.

Teker, S. and Dilek, T. (2012), “Tourism Projects Financing: A Public Private Model”, *Business Management Dynamics*, Vol 2 (5), pp. 5-11.

Ter-Minassian, T. (2004), “Public Private Partnerships”, *Fiscal Affairs Department*, pp. 1-48.

Yescombe, E. R. (2011), *Public Private Partnerships: Principles of Policy and Finance*, Butterworth-Heinemann.

References

Akintoye, A. and Matthias B. (2008), *Public Private Partnership: Managing Risks and Opportunities*, School of the Built and Natural Environment, Glasgow Caledonian University.

Allen, G. (2001), *The Private Finance Initiative (PFI)*, Economic Policy and Statistics Section, House of Commons Library Research Paper.

Darr, J. (2008), "Current Trends in Public Private Partnership Laws", *Construction Lawyer*, Vol. 28 (3), pp. 53-63.

Flamrzy, M. (2009), *Investigating the Fields of Public-Private Partnerships in Infrastructure Projects in the Country Using SWOT Analysis and Codification of General Contractual Models*, MS Thesis, Tehran University, Technical Campus.

Ghiasabadi, A. and Mohammad, F. (2011), "Public-Private Partnerships in Various Countries: How to Increase the Injection of Private Sector Capital into Infrastructure Projects?", *World of Economy Journal*, pp. 8-9.

Grigorescu, A. (2008), *Models of Public Private Partnership Projects in Tourism Industry*, Nation School of Political Studies and Public Administration (NSPSA), MPRA Paper from University Library of Munich, Germany.

International Monetary Fund (IMF) (2011), *Public Private Partnerships*, prepared by the Fiscal Affairs Department, [Online], available at: <http://www.imf.org/external> (Accessed 04.28.2022).

International Monetary Fund (IMF) (2011), *Public Private Partnerships*, prepared by the Fiscal

Affairs Department, [Online], available at: <http://www.imf.org/external/np/fad/2004/pifp/org/031204.pdf>.11/2/2012 (Accessed 04.28.2022).

Katoozian, N. (2004), *Civil Law, Common Regulation of Contracts*, Vol. I, II, 6 Edition, Tehran, Publishing Company.

KPMG, *Public Private Partnerships in India*, [Online], available at: www.ibef.org/download/public-private-partnerships.pdf (Accessed 28 April 2022).

Shiravi, A. (2005), *Build, Operate and Transfer Contracts (BOT)*, Qom, Tehran University, Qom Campus.

Teker, S. and Dilek, T. (2012), "Tourism Projects Financing: A Public Private Model", *Business Management Dynamics*, Vol 2 (5), pp. 5-11.

Ter-Minassian, T. (2004), "Public Private Partnerships", *Fiscal Affairs Department*, pp. 1-48.

Yescombe, E. R. (2011), *Public Private Partnerships: Principles of Policy and Finance*, Butterworth-Heinemann.

Данные об авторах

Алдабергенова Айгуль Тасболатовна,
PhD-докторант

Слинкова Ольга Константиновна,
доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the authors

Aigul T. Aldabergenova, Doctoral Student.

Olga K. Slinkova, Olga K. Slinkova Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of International Tourism and Hotel Business

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.264

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-2

Боджгуа А.Ю.

**Институциональная среда организационного механизма
социально-ориентированного туризма**

Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр»
Российской академии наук,
улица Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Россия
e-mail: anna_bodzhgua@mail.ru

*Статья поступила 28 апреля 2022 г.; принята 01 июня 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. Понятие социального-ориентированного туризма определено, с одной стороны, как средство обеспечения доступа к туристским услугам социально незащищенных слоев населения, с другой стороны, как средство поддержки производителей туристских услуг с целью повышения эффективности использования туристских ресурсов, а также создания новых рабочих мест. Как общественно-экономическая категория, социально-ориентированный туризм, объединяющий интересы личности, государства и общества в оздоровлении, образовании и воспитании независимо от социального статуса и материального благополучия, за счет дополнительных источников финансирования различных категорий потребителей и предоставления льгот производителям туристских услуг, представляет собой инструмент обеспечения общественного равновесия и реализации приоритетных государственных задач. Актуальна необходимость создания благоприятной институциональной среды для развития социально-ориентированного туризма предполагает наличие законодательно закрепленной нормативно-правовой базы, определяющей механизмы взаимодействия субъектов и объектов социально-ориентированного туризма, осуществляющей контроль за их деятельностью, а также формирующей благоприятную среду для функционирования социально-ориентированного сектора туризма. Цель исследования заключается в выявлении основных элементов институциональной среды для обеспечения организационного механизма социально-ориентированного туризма. Результатом исследования является формирование благоприятной институциональной среды, позволяющей преодолеть ряд негативных институциональных барьеров, препятствующих развитию социально-ориентированного туризма, и обеспечивающей фундаментальную основу для создания организационно-экономического механизма социально-ориентированного туризма.

Ключевые слова: социально-ориентированный туризм; институциональная среда; институциональные барьеры; организационный механизм; государственная поддержка

Для цитирования: Боджгуа А.Ю. Институциональная среда организационного механизма социально-ориентированного туризма // Научный результат. Техно-

гии бизнеса и сервиса. 2022. № 8 (2). С. 11-23. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-2

UDC 338.264

Anna Yu. Bodzhgua

**Institutional environment of the organizational
mechanism of socially oriented tourism**

Federal Research Subtropical Centre
of the Russian Academy of Sciences,
2/28 Yan Fabritcius St., Sochi, 354002, Russia
e-mail: anna_bodzhgua@mail.ru

Abstract. The concept of social-oriented tourism is defined, on the one hand, as a means of ensuring access to tourist services of socially vulnerable segments of the population, on the other hand, as a means of supporting manufacturers of tourism services in order to improve the efficiency of the use of tourist resources, as well as creating new jobs. As a socio-economic category, socially oriented tourism, uniting the interests of the personality, the state and society in improvement, education, education irrespective of the social status and material welfare, through additional sources of financing for various categories of consumers and the provision of benefits to manufacturers of tourist services, is a tool for ensuring public balance and the implementation of priority government tasks. The urgent need to create a favorable institutional environment for the development of socially oriented tourism presupposes the existence of a legally enshrined regulatory framework that determines the mechanisms of interaction between entities and objects of socially oriented tourism, which monitors their activities, as well as forms a favorable environment for the functioning of the socially oriented tourism sector. The purpose of the study is to identify the main elements of the institutional environment to provide an organizational mechanism for socially oriented tourism. The result of the study is the formation of a favorable institutional environment that allows to overcome a number of negative institutional barriers that impede the development of socially oriented tourism, and provides a fundamental basis for creating an organizational and economic mechanism for socially oriented tourism.

Keywords: socially oriented tourism; institutional environment; institutional barriers; organizational mechanism; state support

For citation: Bodzhgua, A. Yu. (2022), "Institutional environment of the organizational mechanism of socially oriented tourism", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (2), pp. 11-23, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-2

Введение (Introduction). Современное стремительно развивающееся общество отражает общемировую тенденцию гуманизации и формирования общественно-нравственных ценностных ориентиров во всех сферах жизни общества. Одним из показателей реального социально-экономического развития является туристская сфера, консолидирующая не только

экономическую функцию, но и оказывающая прямое влияние на культурно-образовательное просвещение и духовно-нравственное состояние нации. Социально-ориентированный туризм, как внеэкономическая категория, представляет собой инструмент обеспечения общественного равновесия и реализации приоритетных

социально-экономических государственных задач.

В контексте защиты традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти, укрепления института семьи, сохранения здоровья и благополучия нации, развития образования, обучения и воспитания, поддержки социально-значимых инициатив и обеспечения комфортной и безопасной среды для жизни всех категорий населения, формирование благоприятной институциональной среды обеспечит эффективное функционирование организационного механизма социально-ориентированного туризма.

Цель исследования (The aim of the work). Цель исследования состоит в выявлении основных элементов институциональной среды для обеспечения организационного механизма социально-ориентированного туризма.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). В качестве материалов исследования выступили фундаментальные труды отечественных и зарубежных авторов в области социального туризма (Бронникова В.В., Квартального В.А., С. Корнела, Дж. Шоу) и институциональных основ социально-экономической деятельности (А.Н. Олейника, А.Е. Шаститко, В.В. Седова, Г.В. Перепелицы, А.Н. Елисеева, О.А. Степановой, Д. Норта, О. Уильямсона), а также современных исследователей (Чуваткина П.П., Донсковой Л.И., Горбатовой А.А., Мишулиной С.И.), отражающие закономерности развития туристского пространства, особенности институционального обеспечения социально-ориентированного туризма, а также проблемы и перспективы предпринимательской активности в туристской сфере. В основе данного исследования были использованы методы системного анализа институциональной среды социально-ориентированного туризма, структурно-функционального анализа факторов и элементов, формирующих институциональную среду, методы социологического ис-

следования и систематизации и интерпретации данных.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Понятие социально-ориентированного туризма напрямую связано с обеспечением доступности путешествий для всех категорий населения, не выделяя в качестве основополагающей цели туризма получение прибыли. Исследование природы социально-ориентированного туризма основано на эволюции взглядов отечественных и зарубежных учёных на социальный туризм, целью которого является удовлетворение интересов малоимущих граждан при реализации ими права на отдых.

В формирование понятия социально-ориентированного туризма определен вклад внесла Манильская декларация (Манильская декларация по мировому туризму, 1980), где в качестве субъектов и источников финансирования обозначены любые туристские организации (фонды, федерации, компании, кооперативы, ассоциации), четко определяющие в своем уставе или регламенте задачи социального характера, проявляющиеся в обеспечении доступности туризма и отдыха для максимального количества людей. Концепция социального туризма во взглядах зарубежных ученых основана на закреплении принципиального права каждого гражданина на отдых и восстановление физических и трудовых сил, в качестве равноценного другим правам человека, потеря которого должна компенсироваться государством, причем цели туризма, как индивидуальные, так и коллективные должны быть соразмерны концепции гуманизации современного общества через обеспечение справедливости и равных прав для всех жителей планеты (Каримова, Каримов, 2012).

Трансформация и расширение взглядов на социальный туризм, определяемый Международной организацией социального туризма (International Bureau of Social Tourism) как «совокупность взаимоотношений и феноменов, возникающих от участия в туризме, в особенности участия групп лиц с

низкими доходами, осуществляемый за счет исключительно социальной инициативы» (Чуваткин, Горбатова, 2020) увеличивает добавочную моральную ценность для принимающей или гостящей сторон туристского обмена. С позиции российского законодательства, наращивание финансовой ответственности государства за реализацию возможностей отдыха, оздоровления и приобщения к культурно-образовательному и духовному наследию населению (Кабиров, 2013), актуализируют необходимость определения институциональной среды социально-ориентированного туризма как совокупности государственных, общественных и экономических институтов, опосредующих функционально-целевые возможности, права и обязанности взаимодействующих субъектов и объектов социально-ориентированного туризма.

В современных исследованиях российских и зарубежных экономистов нет единого устоявшегося определения институциональной среды социально-ориентированного туризма. Согласно тео-

рии институционализма, институциональная среда представляет собой совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, которая образует базис для производства, обмена и распределения (Амирханов, Волков, Чуваткин, 2016). Д. Норт определял ее как отношения, складывающиеся на уровне общих институциональных рамок (конституции), которые являются ограничениями для контрактных соглашений между индивидами (Davis and North, 1971), О. Уильямсон – как правила игры, определяющие контекст, в котором осуществляется экономическая деятельность, российские исследователи подразумевают под институциональной средой совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил (институтов), формирующихся в границах той или иной хозяйственной деятельности и определяющих ограничительные рамки социально-экономического поведения субъектов (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика трактовок институциональной среды в отечественной и зарубежной научной литературе

Table 1

Comparative characteristics of interpretations of the institutional environment in domestic and foreign scientific literature

Авторы	Определение
Норт Д, Девис Л.	Совокупность общих институциональных рамок, формирующих политические, социальные и юридические отношения, складывающиеся на макроуровне, которые являются ограничениями для контрактных соглашений между индивидами и образуют базис для производства, обмена и распределения
Уильямсон О. И.	Правила игры, определяющие контекст, в котором осуществляется экономическая деятельность, состоящий из политических, социальных и правовых норм, формирующих основу производства, обмена и распределения.
Олейник А. Н.	Характеристика внешней среды, значимая для экономической деятельности, как совокупность ценностей, формальных и неформальных норм, которые влияют на соотношение стимулов в деятельности и обуславливают достижение минимального согласия между людьми.
Шаститко А.Е.	Совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, которые образуют базис для производства, обмена и распределения.
Елисеев А.Н.,	Система правил, влияющих на распределение прав собственности, задаю-

Авторы	Определение
Шульга И.Е.	щая минимальный уровень и структуру транзакционных издержек и определяющая характер и содержание правовых конфликтов.
Перепелица Г.В.	Форма организации отношений, сложившаяся в определенных общественных, материальных и духовных условиях под влиянием формальных и неформальных рамок поведения участников экономических процессов, а также способов закрепления данных взаимодействий и контроля за их исполнением.
Степанова О.А.	Взаимодействие правил, организаций, механизмов реализации ограничений, регулирующих поведение экономических агентов, их взаимосвязей.
Силова Е. С.	Сложная упорядоченная система базисных и инфраструктурных экономических институтов, создающих условия для общественного воспроизводства через формирование общеобязательных правил и механизмов их поддержания, с другой стороны, – система отношений между экономическими субъектами и институтами по поводу удовлетворения потребностей экономических субъектов в институтах и институциональных механизмах.
Седов В.В.	Система взаимодействия организационно-экономических отношений с целью обеспечения экономической эффективности и социально-экономических отношений с целью достижения социальной справедливости, выступающая главным критерием развития экономики.

Ретроспективный анализ трудов отечественных и зарубежных исследователей позволяет определить институциональную среду социально-ориентированного туризма, исходя из идентификации условий функционирования хозяйствующих объектов и субъектов, как совокупность социально-экономических регулирующих институтов, опосредуемых государством для обеспечения эффективного взаимодействия субъектов и объектов социально-ориентированного туризма в условиях формализации отношений собственности под влиянием транзакционных издержек.

Содержательная база нормативно-правового обеспечения социально-ориентированного туризма со стороны регулирующих институтов федеральных органов государственной власти представлена общими законодательными актами (Donskova and Redkin, 2020):

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» – определяет понятие социального туризма как приоритетного направления государственного регулирования туристской деятельности;

Федеральный закон «О защите прав потребителей» – регулирует отношения, возникающие между изготовителями, продавцами, исполнителями и потребителями туристских продуктов и услуг по поводу приобретения услуг надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества и окружающей среды, а также получения информации о туристских услугах и об их изготовителях;

Федеральный закон «О государственной социальной помощи» – устанавливает правовые и организационные основы предоставления санаторно-курортного лечения малоимущим семьям;

Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» – определяет государственную политику в отношении обеспечения инвалидам равных с другими гражданами возможностей в реализации конституционного права на отдых;

Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» – устанавливает основы правового регулирования благотворительной деятельности, в том числе в сфере туризма, определяет возможные формы ее

федеральной, региональной и муниципальной поддержки;

Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» – регулирует отношения, связанные с размещением заказов на оказание услуг в сфере социального туризма для государственных или муниципальных нужд;

Федеральный закон «Основы законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан» – определяет неотъемлемое право на охрану здоровья и поддержание трудовых сил гражданам РФ.

Все вышеуказанные нормативно-правовые документы описывают общие вопросы и не содержат комплексный механизм обеспечения функционирования сферы социально-ориентированного туризма, отражающий правовую основу реализации социально-ориентированных услуг, функционально-целевую составляющую туристских объектов, целевую аудиторию потребителей, субъектно-объектную доступность туристской инфраструктуры, деятельность общественных организаций и профсоюзов, бюрократическую независимость и информационную открытость, финансовые вопросы поддержки программ социально-ориентированного туризма и т.д. как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Современное состояние социально-ориентированного сектора туризма характеризуется рядом институциональных барьеров и особенностей организационно-экономического развития, выявленных в процессе исследования, охватившего различные субъекты туристской деятельности: потребителей туристских услуг, представителей органов государственной, региональной власти и производителей товаров и услуг туристской сферы, имеющих опыт работы в сфере туризма более 5 лет, в общем количестве 550 человек, с целью выявления проблем реализации социально-ориентированного туризма:

–снижение уровня государственного воздействия на организацию социально-

ориентированного туризма вследствие потери государством монопольной власти на распоряжение туристскими объектами и национальными богатствами и смещения в сторону совместного государственно-частного сотрудничества выражается в фактическом использовании отдельных инструментов финансовой, налоговой, бюджетной и валютной политики в качестве административно-правового государственного регулирования. Около половины предпринимателей отмечают искусственное занижение рыночной стоимости социальных туристских услуг, причем органы социального обеспечения целенаправленно уменьшают объемы финансирования, представители малого и среднего бизнеса (около 20%) отмечают также проблемы финансирования, более 10% отмечают повышенную коррумпированность системы поддержки предпринимательства;

–трансформация отношений собственности на рекреационно-туристские объекты, приватизация туристских объектов (повышение доли частной собственности до 60% в общем числе оздоровительных туристских объектов и снижение государственной собственности до 40%, половина из которой не используется по причине изношенности), упразднение институтов социально-ориентированного туризма вследствие коммерциализации туристской отрасли опосредуют минимизацию социальных приоритетов туризма, трансформацию туристского предложения и приоритетных туристских направлений. По данным социологического исследования около 7% предпринимателей абсолютно не владеют информацией в сфере социально-ориентированного туризма;

–неблагоприятная институциональная среда функционирования социально-ориентированного туризма, деградация социальных институтов, реализующих социально-ориентированные туристские продукты, определяют тенденцию бюрократизации сектора социально-ориентированного туризма и дискриминации распределения туристских льгот. Только 40% потреби-

лей воспользовались в той или иной степени услугами социально-ориентированного туризма, и около 20% опрошенных нуждаются в данного вида социальной поддержке, но не знают, как ей воспользоваться. 10% потребителей столкнулись со значительными временными, материальными и документальными трудностями при получении социально-ориентированных услуг, отметив завышенную стоимость, невозможность погашения указанной части стоимости санаторно-курортного лечения и ограниченность программ социально-ориентированных туров с установленным лимитом на транспортные услуги, проживание и питание по определенной программе, ограничение лечебно-оздоровительных процедур. Количество потребителей, не владеющих информацией об инструментах государственной поддержки туристской активности для соответствующих категорий граждан, составляет 30%.

Современное состояние и тенденции развития институциональной среды социально-ориентированного туризма актуализируют необходимость обеспечения координирующего взаимодействия специализированных институтов, реализующих меры социальной политики в сфере социально-ориентированного туризма, механизмов нормативно-правового регулирования отношений собственности, системы транзакционных издержек в рамках реализации государственного регулирования социально-ориентированного сектора туризма.

Формирование благоприятной институциональной среды позволит преодолеть институциональные противоречия и обеспечит эффективное функционирование организационного механизма социально-ориентированного туризма (Рис. 1).

Институциональная среда социально-ориентированного туризма формируется под влиянием экономических, организационных и институциональных факторов, обеспечивающих фундаментальную базу устойчивого развития социально-ориентированного туризма (Горбатова, 2021).

Актуальная необходимость формирования благоприятной институциональной среды для развития социально-ориентированного туризма, обеспечивающей взаимодействие основополагающих институтов, регулирующих деятельность субъектов и объектов при прямой или косвенной государственной поддержке, предполагает внедрение мер экономического, организационного и институционального характера с целью формирования законодательно закрепленной нормативно-правовой базы, определяющей механизмы взаимодействия субъектов и объектов социально-ориентированного туризма, экономически устойчивой стратегии развития социально-ориентированного туризма, институциональных основ, которые послужили бы базовой средой для создания эффективного стратегического механизма функционирования отрасли (рис. 2).

В условиях постоянно трансформирующейся среды под влиянием современных процессов информатизации и глобализации, информационной асимметрии и эмоциональной напряженности с учетом больших вызовов современности, формирование организационно-экономического механизма развития социально-ориентированного туризма включает необходимость разработки инструментария институциональной поддержки, реализуемого в рамках консолидированной деятельности институтов предпринимательства, государства и общества. Основными инструментами институциональной поддержки являются следующие.

1. Конструктивная институциональная среда, стимулирующая инвестиционную предпринимательскую активность и привлечение капитала:

- государственная поддержка инновационных туристских предприятий и новых видов туристского бизнеса, стимулирование малого бизнеса;
- государственная политика защиты прав собственности для снижения предпринимательских и инвестиционных рисков;
- высокое качество государственного управления и контроля туристской сферы;

- программы регионального развития социально-ориентированного туризма, в том числе и стимулирование инвестиционной деятельности;

- демополизация экономики, развитие конкурентных рынков.

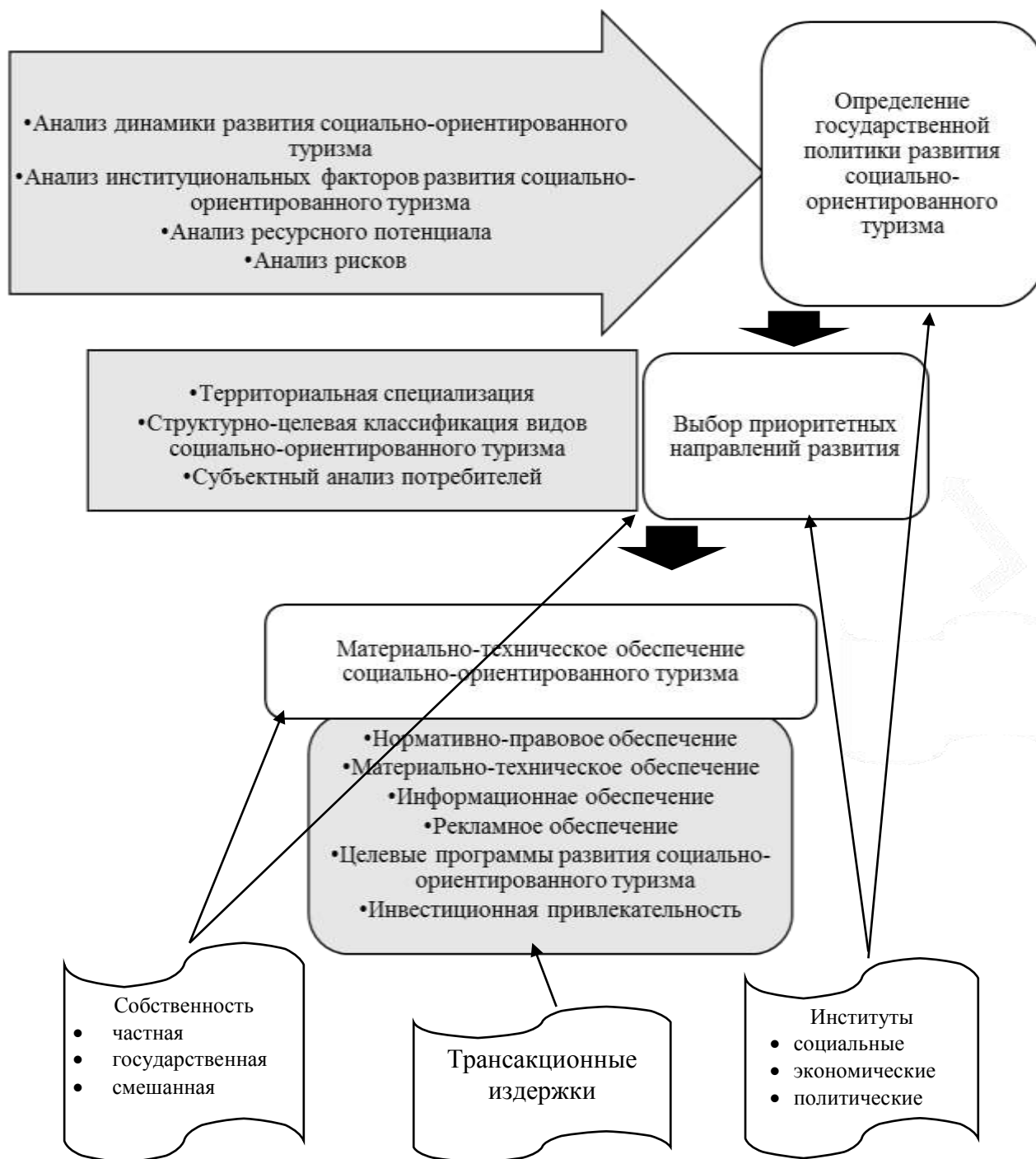


Рис. 1. Институциональная среда организационного механизма развития социально-ориентированного туризма

Fig. 1. Institutional environment of the organizational mechanism for the development of socially-oriented tourism



Рис. 2. Комплекс мер по формированию институциональной среды организационного механизма развития социально-ориентированного туризма

Fig. 2. A set of measures to form the institutional environment of the organizational mechanism for the development of socially oriented tourism

2. Программы финансовой поддержки:

- поддержка программ социально-ориентированного туризма со стороны государства;

- инвестиционные бизнес-проекты развития социально-ориентированного туризма, направленные на обеспечение расширенного производства и воспроизводства туристских услуг, основанные на принципах рационализации и целевого использования туристских ресурсов с использованием новейших технологий при прямой поддержке и контроле со стороны государства (Чуваткин, Войнова, 2021).

Инвестиционные проекты требуют разработки общепринятого механизма управления инвестиционными процессами

в туристской деятельности для обеспечения достижения поставленных целей инвестиционного проектирования (рис. 3).

Динамика развития социально-ориентированного туризма, финансируемого за счет бюджетных и внебюджетных средств, опирается на инвестиционную привлекательность и устойчивость. Будучи полностью финансово зависимым от бюджетных и внебюджетных средств инвесторов, данный вид туризма нуждается в проектном финансировании со стороны внешних инвесторов при непосредственной поддержке государства, которая проявляется в создании благоприятного инвестиционного климата.



Рис. 3. Схема инвестиционного проектирования социально-ориентированного туризма

Fig. 3. Investment design scheme for socially oriented tourism

1. Программы обеспечения доступности туристских услуг для всех категорий граждан:

- региональная и федеральная политика, направленная на сокращение дифференциации доходов и качества жизни населения;
- разработка программ доступных цен для малообеспеченных групп населения;
- государственный контроль над уровнем цен на туристские услуги объектов социально-ориентированного туризма.

2. Целевые программы развития социально-ориентированного туризма:

- классификация категорий субъектов социально-ориентированного туризма;
- определение объектов социально-ориентированного туризма;
- продвижение социально-ориентированного туризма на внутреннем рынке;
- внедрение практики сотрудничества предприятий и лечебно-оздоровительных/образовательных/ спортивных объектов в виде ознакомительных программ, обучающих мероприятий и т.д.

3. Безопасность туристской деятельности на государственном уровне. Разра-

ботка программ государственной поддержки, реализующей конституционное право каждого гражданина на отдых и восстановление физических и моральных сил, определяющей нормативно-правовые основы взаимодействия субъектов социально-ориентированного туризма и государства как гаранта общественной безопасности (Мишулина, Матова, 2020).

Заключение (Conclusions). Современное состояние социально-ориентированного туризма характеризуется отсутствием законодательно закреплённых нормативно-правовых основ, обеспечивающих общественно-экономическую взаимосвязь и согласованную деятельность всех субъектов социально-ориентированного туризма, в том числе и государства как гаранта доступности туристских услуг для всех категорий населения.

Формирование благоприятной институциональной среды позволит преодолеть ряд негативных барьеров, препятствующих развитию социально-ориентированного туризма:

- отсутствие единого законодательно закреплённого на различных уровнях управления нормативно-правового обеспе-

чения социально-ориентированного туризма в РФ;

- неразвитость институтов социально-ориентированного туризма;

- отсутствие научно-обоснованного и адаптированного к применению финансово-экономического механизма поддержки социально-ориентированного туризма на федеральном, региональном и местном уровнях;

- низкая инвестиционная привлекательность и нерентабельность предприятий социально-ориентированного туризма;

- бюджетно-затратный характер социально-ориентированного туризма;

- диспропорции в распределении компенсационных затрат туристским предприятиям со стороны государства;

- дискриминационный характер предоставления туристских льгот для различных категорий социальных туристов;

- бюрократические разногласия определения статуса социально-незащищенных граждан;

- высокие транзакционные издержки поиска информации о социально-ориентированном туризме;

- противоречивость обеспечения качественного туристского предложения по низкой стоимости;

- территориальная ограниченность социально-ориентированного туризма в национальном масштабе;

- вторичный характер социально-ориентированных туров, определяющих дополнительную загрузку туристских мощностей, в том числе в «низкий» сезон;

- низкий уровень доходов смежных и сопутствующих отраслей вследствие низкой платежеспособности потребителей социально-ориентированных туристских услуг.

Преодоление институциональных барьеров и реализация мер по обеспечению благоприятной институциональной среды позволят сформулировать фундаментальные основы для создания организационно-

экономического механизма социально-ориентированного туризма.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Амирханов М.М., Волков А.В., Чуваткин П.П. Институциональные условия развития рекреационно-туристских территорий // Современная научная мысль. 2016. №1. С. 85-92.

Горбатова А.А. Факторы развития социально-ориентированного туризма // Вестник Академии знаний. 2021. № 6 (47). С. 89-96.

Кабилов И.С. Специфика развития социального туризма в Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики и права. 2013. №1. С. 79-83

Каримова Д.Ю., Каримов Б.М. Развитие социального туризма как нового подхода в интеграции общества // Туризм: право и экономика. 2012. № 1. С. 2–5.

Манильская декларация по мировому туризму, 27 сентября - 10 октября 1980 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/901813698> (дата обращения 03.02.2022)

Мишулина С.И., Матова Н.И. Особенности проявления социально-экологической ответственности бизнеса в отечественной индустрии туризма // Регион: Экономика и Социология. 2020. № 4. С. 235-259.

Чуваткин П.П., Войнова Я.А. Системный подход формирования и развития туристского пространства Российской Федерации // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 37 (5). С. 308-316.

Чуваткин П.П., Горбатова А.А. Институциональные основы социального туризма в России и за рубежом // Вестник Академии знаний. 2020. № 3 (38). С. 313-318.

Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth / Cambridge, 1971. – 354 p.

Donskova L.I., Redkin A.H. Issues of state regulation of social tourism: international and Russian experience // Services in Russia and Abroad. 2020. Т. 14. № 5 (92). С. 84-92.

References

Amirkhanov, M.M., Volkov, A.V. and Chuvatkin, P.P. (2016), "Institutional conditions for the development of recreational and tourist areas", *Modern scientific thought*, 1, pp. 85-92.

Gorbatova, A.A. (2021), "Factors for the development of socially oriented tourism", *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 6 (47), pp. 89-96.

Kabirov, I.S. (2013), "Specifics of the development of social tourism in the Russian Federation", *Current problems of economics and law*, 1, pp. 79-83

Karimova, D.U. and Karimov, B.M. (2012), "The development of social tourism as a new approach in the integration of society", *Tourism: law and economics*, 1, pp. 2-5.

Manila Declaration on World Tourism, September, 27 - October 10, 1980, [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/901813698> (Accessed 03 February 2022).

Mishulina, S.I. and Matova, N.I. (2020), "Features of the manifestation of social and environmental responsibility of business in the domestic tourism industry", *Region: Economics and Sociology*, 4, pp. 235-259.

Chuvatkin, P.P. and Voinova, Ya.A. (2021), "A systematic approach to the formation and development of the tourist space of the Russian Federation", *Natural humanities research*, 37 (5), pp. 308-316.

Chuvatkin, P.P. and Gorbatova, A.A. (2020), "Institutional foundations of social tourism in Russia and abroad", *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 3 (38), pp. 313-318.

Davis, L., North, D. (1971), *Institutional Change and American Economic Growth*, Cambridge.

Donskova, L.I. and Redkin, A.H. (2020), "Issues of state regulation of social tourism: international and Russian experience", *Services in Russia and Abroad*, 5 (92), pp. 84-92.

Данные об авторе

Боджгуа Анна Юрьевна, кандидат экономических наук, научный сотрудник лаборатории «Экономики и управления туристско-рекреационными кластерами»

Information about the author

Anna Yu. Bodzhgua, PhD in Economics, Researcher at the Laboratory of Economics and Management of Tourism and Recreational Clusters

Обзор
Review

УДК 379.85

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-3

Королева И. С.

Модель устойчивого туризма на староосвоенных территориях

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»),
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия
e-mail: koroleva_i@bsu.edu.ru
ORCID: 0000-0003-1094-5457

Статья поступила 26 апреля 2022 г.; принята 23 мая 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.

Аннотация. На протяжении 50 лет мир ощущает угрозу экономического кризиса и всерьез задумывается над проблемами устойчивого развития и будущего человечества. Учеными всего мира разрабатываются концепция и модели устойчивого развития, в том числе и устойчивого туризма. Особенно актуальны данные исследования для староосвоенных территорий. В связи с вышеизложенным, целью исследования является разработка модели устойчивого развития туризма на староосвоенных территориях. Решение поставленной цели реализовывалось применением общелогических, теоретических и эмпирических методов. В работе автором рассмотрено понятие устойчивого туризма с точки зрения слабого, сильного и поддерживающего устойчивого развития. В дальнейшем в зависимости от подхода в работе выделяются разные факторы, обеспечивающие устойчивость туризма. Факторы устойчивого туризма, независимо от подхода, в той или иной степени учитывают состояние экологической, экономической, социальной и политической сфер, поскольку без политической стабильности устойчивое развитие трех других сфер невозможно. Автором рассмотрены существующие модели устойчивого развития туризма и предложена модель, отражающая ранжирование факторов устойчивого развития в зависимости от степени устойчивости экологической, экономической и социальной сфер. Так же в работе отмечено, на какие факторы необходимо делать акцент на этапе слабой устойчивости при рассмотрении староосвоенных территорий в модели устойчивого туризма.

Ключевые слова: устойчивый туризм; концепция устойчивого туризма; модель устойчивого туризма; староосвоенные территории

Для цитирования: Королева И.С. Модель устойчивого туризма на староосвоенных территориях // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 23-32. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-3

UDC 379.85

Inna S. Koroleva

A model for sustainable tourism in old-developed territories

Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia
e-mail: koroleva_i@bsu.edu.ru
ORCID: 0000-0003-1094-5457

Abstract. The world has been feeling the threat of an economic crisis for 50 years. Humanity has been thinking about the problems of sustainable development throughout this time. Scientists around the world are working on the concept and models of sustainable development, including sustainable tourism. These studies were especially relevant for the old-developed territories. The purpose of the article is to develop a model for sustainable tourism development in the old-developed territories. In the study, the concept is considered from the point of view of weak, strong and supportive sustainable tourism development. The author examines the concept from the point of view of weak, strong and supportive sustainable development of sustainable tourism. Factors of sustainable tourism, regardless of the approach, to varying degrees take into account the state of the environmental, economic, social and political spheres, because without political stability, the sustainable development of the other three spheres is impossible. The author considered the existing models of sustainable tourism development and proposed a model that reflects the ranking of sustainable development factors, depending on the degree of sustainability of environmental, economic and social spheres. The paper also notes what factors should be emphasized at the stage of weak sustainability when considering the old-developed territories in the model of sustainable tourism.

Key words: sustainable tourism; sustainable tourism concept; sustainable tourism model; old-developed territories

For citation: Koroleva, I.S. (2022), "A model for sustainable tourism in old-developed territories", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 23-32, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-3

Введение (Introduction). Новейшие мировые тенденции развития экономик мира и индустрии туризма, в частности, показывают, что быстрое получение экономических выгод в туристической сфере и ее быстрый и неконтролируемый рост влекут за собой негативное воздействие на окружающую среду и приводят к уничтожению ядра, обеспечивающего успешное и функциональное развитие туризма. Решить данную проблему возможно благодаря переходу на путь устойчивого развития. Учеными всего мира разрабатываются концепции и модели устойчивого развития, в том числе и устойчивого туризма. Но предложенные модели не раскрывают в

полной мере сущность устойчивого туризма и требуют доработки. Особенно актуальны данные исследования для староосвоенных территорий.

Цель исследования (The aim of the work). В связи с вышеизложенным, цель исследования – разработка модели устойчивого развития туризма на староосвоенных территориях.

Материалы и методы (Materials and methods). В данном исследовании применялись общелогические, теоретические и эмпирические методы.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Фундаментом концепции устойчивого развития

следует считать первый доклад Римскому клубу «Пределы роста», опубликованному в 1972 году, в котором была предложена модель «не растущий мир». В тот период работа Донеллы и Денниса Медоуз выступила «спусковым механизмом», побудившим мир задуматься о будущем человечества и перестать игнорировать проблемы устойчивого развития. В дальнейшем ученые, экономисты, политики и другие видные деятели изучали данные проблемы, что привело к ряду докладов Римского клуба.

Так же Донеллой и Деннисом Медоуз были проведены исследования, учитывающие изменения, произошедшие в мире за последние 20 лет и опубликована книга «За пределами роста». По их мнению, «экологическая ситуация на Земле стала ещё более критической», чем 20 лет назад. Хотя за эти годы активно формировалась теоретико-методологическая база концепции устойчивого развития – С. Госслинг, М.К. Холл (S. Gossling, 2009), Дж.Дж. Либуд, Д. Эдвардс (Libud, 2010), К. Кетелс

(Ketels, 2013), Т. Сухван, К. Чайнун (Sukhwan, 2015), М.Р. Хан (Khan, 2021), С.Ф. Шуберт (Schubert, 2021), М.А. Дестек (Destek, 2022), М.М.Б. Гил (Gil, 2022), Л.-А. Бланшар, С. Хатакеяма, А. Кавасаки (Blanchard, 2022) и др., в частности, А. А. Бартлетт сформулировал цели, модели и предложил законы и гипотезы устойчивого развития (Новиков, 2007), С. Мураи разработал систему индикаторов страны и показателей устойчивого развития (Петин, 2012), до настоящего времени не разработана модель устойчивого развития туризма на староосвоенных территориях

Исследования в области устойчивого развития проводятся в РФ с 1998 года. За это время было опубликовано более 1000 работ российскими учеными: М. М. Бринчуком, А. А. Федотовым, Т. Г. Зориной, К. А. Ужеговой, О. Ю. Лавлинской, А. А. Чалгановой, Л. Н. Швецовой, Петиным А.Н. (Петин, 2012) и др. И с каждым годом растет интерес к решению проблем устойчивого развития в нашей стране (рис. 1).

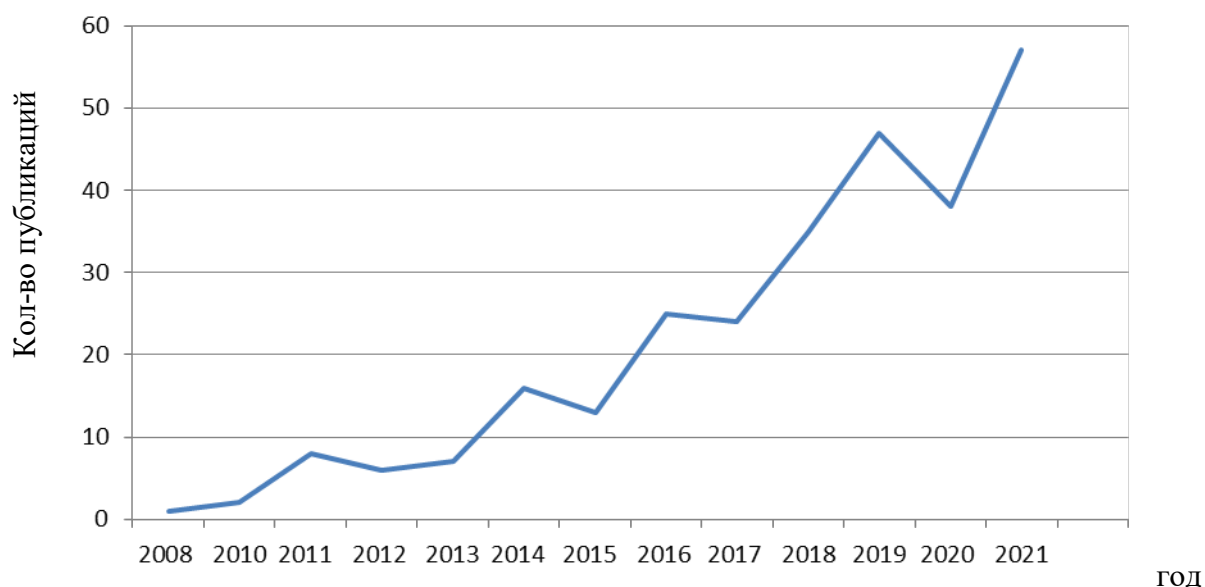


Рис. 1. Процент публикаций об устойчивом туризме в России по годам
Fig. 1. Percentage of publications on sustainable tourism in Russia by year

Проблемами устойчивого развития туризма в РФ занимаются С.В. Илькевич, М.Д. Кочкорбаева, Т.Ю. Тихонова, Т.Н.

Третьякова, О.В. Королева и др., а именно, разработкой концепции устойчивого развития туризма – Н.И. Акылбекова,

О.Л. Банцорова, А.Р. Касимова, Т.В. Рассохина и др.; формулированием принципов – О.Н. Бекетова, М.В. Арифиллин, Р.Н. Урумбаева и др.; созданием инструментов и методики оценки – Т.П. Левченко, О.В. Конаныхина.

В тоже время ресурс wordstat отмечает интерес населения к устойчивому туризму (рис. 2). При этом на графике, полученном по результатам анализа больших данных за два года, видно, что интерес к устойчивому туризму регулярно снижается в летние месяцы

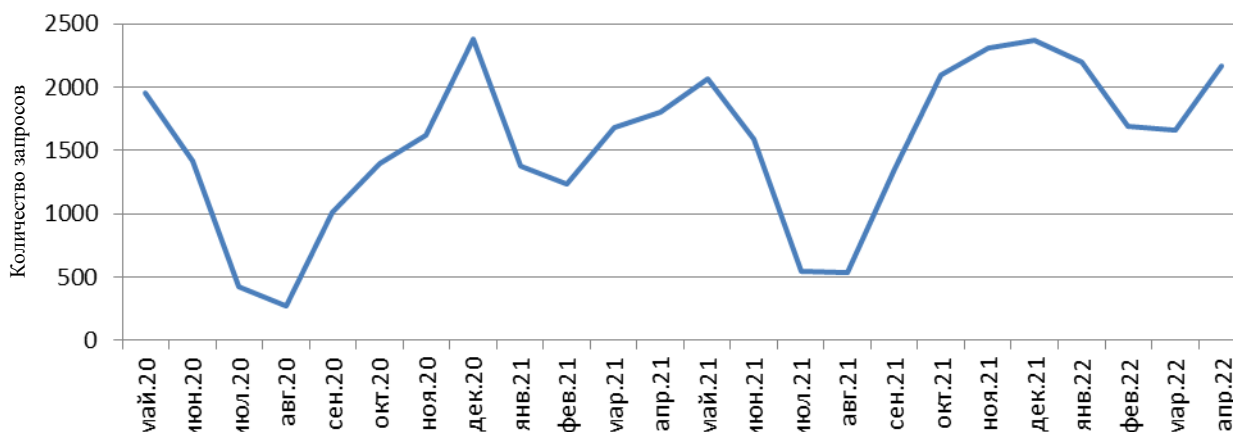


Рис. 2. Динамика популярности запроса «устойчивый туризм» с мая 2020 по март 2022 годов по данным ресурса wordstat
Fig. 2. The dynamics of the popularity of the query "sustainable tourism" from May 2020 to March 2022 according to the wordstat resource

При этом следует отметить, что основная доля полученной информации приходится на жителей России.

Сложность в понимании устойчивого туризма обусловлена многообразием терминов «устойчивость» и «туризм». ВТО под устойчивым туризмом понимает «такое направление развития туризма, которое позволяет удовлетворять нужды туристов сейчас, учитывая интересы принимающего региона и позволяющего сохранить эту возможность в будущем» (Чудновский, 2015). В данном определении понятие «устойчивый туризм» рассматривается с точки зрения слабого устойчивого развития (неоклассического подхода), поскольку фраза «удовлетворять нужды» приравнивается к фразе «сохранять уровень жизни». При этом последнее может быть достигнуто не обязательно благодаря обеспеченности природными ресурсами. В данном случае экологический туризм может рассматриваться как вид устойчивого туризма, поскольку обеспечивает реализа-

цию принципов устойчивости. Но в тоже время он не способен сохранить в первоначальном виде особо-охраняемые природные территории (ООПТ), используемые как объекты экологического туризма, поскольку на них будет оказываться воздействие, и они уже будут развиваться с учетом этого воздействия. Для одних ООПТ это является приемлемым, а для других нет. Так же согласно данному подходу развитие современных информационных технологий, а именно появление и развитие виртуальных туров способно компенсировать человечеству недостаток в качественных природных ресурсах.

Т.В. Рассохина также предлагает рассматривать понятие устойчивого туризма с точки зрения поддерживающего развития. Данному подходу наиболее полно соответствует следующее определение: «устойчивый туризм – это такой вид туризма, при котором обеспечивается оптимальное использование ресурсов окружающей среды, поддерживаются социально-культурные

особенности принимающих сообществ, обеспечивается жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов» (Рассохина, 2018).

Другой подход рассматривает понятие устойчивого туризма с точки зрения сильной устойчивости (экологический подход), в основу определения закладывается стремление удовлетворить требования человечества, обусловленные имеющимися природными ресурсами, т.е. управлять туристическими проектами так, чтобы следующим поколениям после нас все осталось в том же виде. В данном случае речь идет об использовании для целей туризма созданных и окультуренных природных пространств, которые поддерживаются в состоянии равновесия. Хотелось бы отметить, что в программном документе «Повестка дня на XXI век», принятом на конференции ООН по окружающей среде и развитию, сделан акцент на преимущества устойчивого туризма по отношению к экологическому туризму. Т.П. Левченко, О.В. Конаныхина (Левчен-

ко, 2017) отмечают, что для туристов важны сами природные объекты как достояние человечества, а не их потребительская ценность.

Соответственно, в зависимости от подхода выделяют и разные факторы, обеспечивающие устойчивость туризма. С точки зрения слабого устойчивого развития (неоклассического подхода) выделяют такие аспекты:

- учет факторов, позволяющих сохранять уровень жизни, как местного населения, так и туристов;
- уважение своеобразных социально-культурных особенностей принимающей территории;
- учет факторов, обеспечивающих туристическую привлекательность территории;
- поиск замены естественных природных ресурсов способных обеспечить восстановление здоровья человека.

С точки зрения поддерживающего развития выделяют факторы, представленные на рисунке 3.

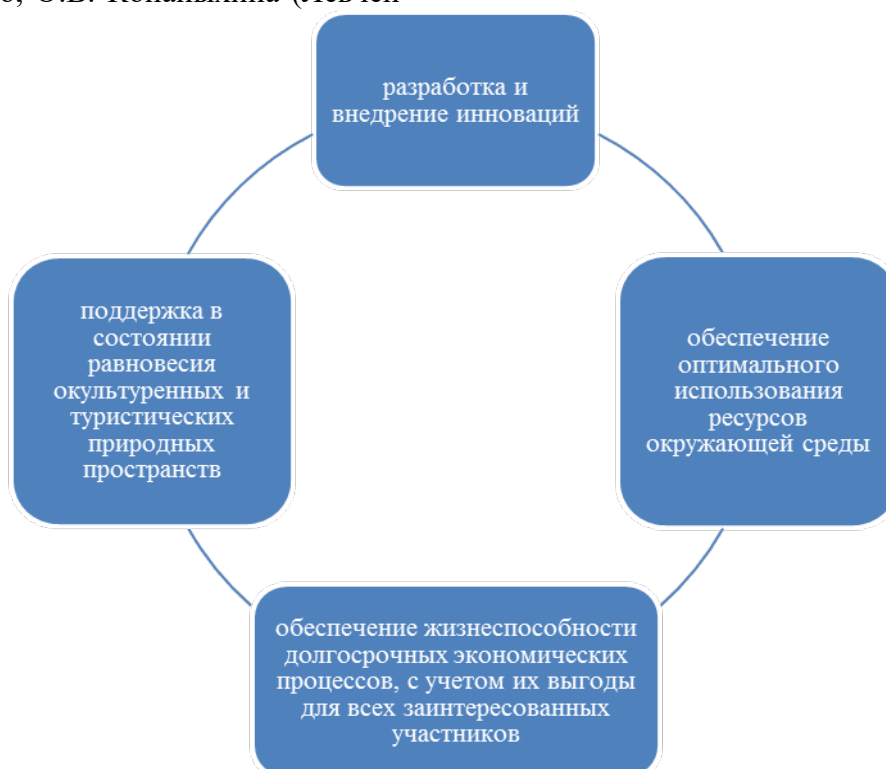


Рис. 3. Факторы поддерживающего развития устойчивого туризма
Fig. 3. Factors supporting the development of sustainable tourism

С точки зрения сильной устойчивости (экологический подход) кроме вышеперечисленных факторов выделяют такие, как:

- обеспечение сохранения эндемичных и краснокнижных видов растений и животных и мест их обитания и природных территорий в первозданном виде (заповедников) для выхода на новый уровень жизни населения;

- разработка и внедрение инноваций, позволяющих реализовывать принципы устойчивости во всех сферах и сохранять в равновесном состоянии окружающую природную среду;

- стабильное функционирование и самосовершенствование туристической и природной систем.

В той или иной степени, факторы устойчивого туризма, независимо от подхода, учитывают состояние экологической, экономической, социальной и политической сфер, поскольку без политической стабильности устойчивое развитие и вовсе невозможно. Следовательно, даже при самом неблагоприятном стечении обстоятельств эти сферы не должны терять устойчивость и приходить в состояние дисгармонии между собой, поэтому уже сейчас следует создавать потенциал развития, опирающийся на источники возобновляемых природных ресурсов. Достижение этих целей возможно только при переходе к модели устойчивого развития.

В настоящее время существует много разнообразных моделей развития устойчивого туризма, но в них не в полной мере отображены факторы и индикаторы, обеспечивающие устойчивость туризма. Так, Е.Л. Писаревский предлагал модели устойчивого и неустойчивого туризма, в которых в качестве исходных условий выступали окружающая среда и туристический потенциал, а в качестве результата – отрицательное воздействие и выходы (Писаревский, 2014). Особого внимания заслуживает модель устойчивого развития туризма Д.С. Хазова, в которой учитывается экономическая, экологическая и соци-

альная устойчивость (Хазова, 2014). Но в данной методике освещены не все факторы, определяющие состояние устойчивого туризма. Особый интерес представляет исследование Р.Г. Росарди, С.Д.В. Праджанти, Х.Т. Ахмаджа, Джухади предложивших модель устойчивого туризма в агротуризме чайной плантации Пагиларан, которая включает социальные, экономические, экологические, культурные и образовательные аспекты (Росарди, 2021).

При разработке модели устойчивого развития туризма нами учитывались не только устойчивость экологической, экономической и социальной сфер, но и проводилось ранжирование факторов устойчивого развития в зависимости от степени устойчивости (рис. 4).

При рассмотрении староосвоенных территорий в модели устойчивого туризма уже на этапе слабой устойчивости должен делаться акцент на следующих моментах:

- расчет оптимальной рекреационной нагрузки на разные типы природных комплексов;

- определение стадии деградации природных комплексов и разработка мероприятий по восстановлению природных комплексов;

- рекультивация отвалов и реновация промышленных пространств для создания на них окультуренных рекреационных и туристических территорий с учетом инновационных трендов;

- использование экологических технологий в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве;

- создание эколого-рекреационного каркаса, а также изменение в соотношении производственной, селитебной и рекреационной (1:2:3) территорий в сторону увеличения доли последних (1:2:5);

- восстановление здоровья населения и повышение его продолжительности жизни;

- использование современных технологий для добычи полезных ископаемых из отвалов вскрышных пород и др.

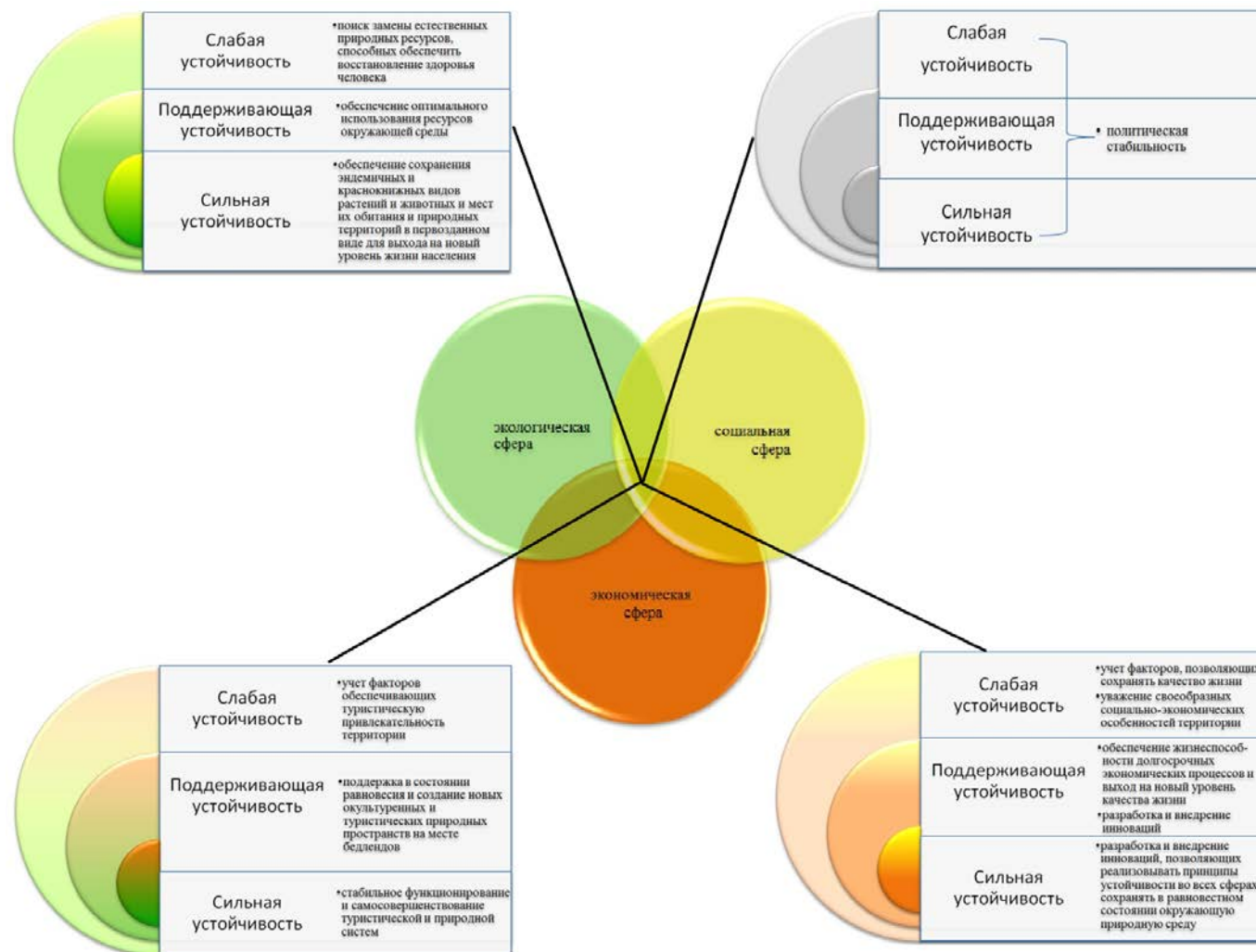


Рис. 4. Модель устойчивого развития туризма
Fig. 4. A model of sustainable tourism development

Также необходимо определить, какие виды устойчивого туризма развивать на староосвоенной территории в зависимости от сохранности природных комплексов и состояния окультуренных природных пространств. Для этого необходимо провести анализ сети ООПТ и территорий, перспективных для включения в категорию ООПТ на староосвоенных территориях.

Для развития устойчивого туризма на этапе слабой устойчивости необходимы постоянные инвестиции в качество туризма и одновременное сокращении числа посетителей. Данные мероприятия позволят повысить благосостояние местных жителей. А изменение налоговых ставок, в зависимости от ситуации в экономике, позволит на оптимальной скорости достичь устойчивого состояния.

Заключение (Conclusions). На протяжении 50 лет ученые всего мира занимаются изучением вопросов устойчивого развития: развивают концепции, предлагают модели развития и др., но по-прежнему данная тема вызывает общественный резонанс, поскольку экологическая ситуация в мире далека от состояния устойчивости и требует активных мер по ее стабилизации. Особенно проработка данных проблем необходима на староосвоенных территориях, в которых существующий ландшафт уже претерпел такие изменения, которые невозможно исправить только снижением негативного влияния промышленности и агропромышленного комплекса. В связи с этим, актуальным является применение для данных территорий такого подхода, который предусматривает выбор оптимальной скорости достижения сначала слабой устойчивости и восстановления природного облика ландшафта, без включения в человеческую деятельность сохранившихся природных экосистем. И только после этого возможно движение общества к поддерживающей и сильной устойчивости.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Конаныхина О. В., Левченко Т. П. Методические рекомендации по моделированию устойчивого развития природно-ориентированного туризма Астраханской области // Вестник евразийской науки. № 4 (41). 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-rekomendatsii-po-modelirovaniyu-ustoychivogo-razvitiya-prirodno-orientirovannogo-turizma-astrahanskoy-oblasti> (дата обращения: 17.03.2022).

Новиков В.С. Инновации в туризме. М., 2007. – 208 с.

Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

Петин А.Н., Королева И.С., Корнеева М.Е. Экологические основы экскурсионной и рекреационной деятельности: учебное пособие. Белгород, 2012. – 192 с.

Рассохина Т. В. Технология мониторинга устойчивого развития туристских дестинаций посредством оценки индикаторов управления и состояния // Сервис +. № 2. 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-monitoringa-ustoychivogo-razvitiya-turistskih-destinatsiy-posredstvom-otsenki-indikatorov-upravleniya-i-sostoyaniya> (дата обращения: 16.03.2022).

Хазова Д.С. Моделирование устойчивого развития туризма // Теоретические и прикладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции 31 октября 2014 г.: в 3 ч. / под общ. ред. М.Г. Петровой. Б.: ИП Петрова М.Г., 2014, с. 198-201.

Чудновский А. Д. Теория и методология социально-экономических исследований: учебное пособие. М., 2015. – 478 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/53307> (дата обращения: 17.03.2022).

Blanchard, L.-A., Hatakeyama, S., Kawasaki, A. Making waves: Peace Boat Japan as a model of sustainable peace through tourism //

Journal of Sustainable Tourism, 30 (2-3), 2022, pp. 600-617.

Destek, M.A., Aydın, S. An empirical note on tourism and sustainable development nexus // *Environmental Science and Pollution Research*, 29 (23), 2022, pp. 34515-34527.

Gil, M.M.B., Cuba, C.K.R., Peralta, E.C.O. Urban planning and tourism: a legal look at sustainable development in Peru // *Revista de Filosofía (Venezuela)*, 39(Especial), 2022, pp. 714-727.

Gössling S., Hall M.C., Page S., Weaver D. *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*. London: Routledge, 2009, 346 p.

Ketels C. Recent research on competitiveness and clusters: what are the implications for regional policy? // *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. 2013. Vol. 6. Iss. 2. Pp. 269-284.

Khan, M.R., Khan, H.U.R., Lim, C.K., Tan, K.L., Ahmed, M.F. Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model // *Sustainability (Switzerland)*, 13(21), 2021, p. 12156.

Libud J.J., Edwards D. *Understanding the Sustainable Development of Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd, 2010, 247 p.

Rosardi, R.G., Prajanti, S.D.W., Atmaja, H.T., Juhadi Sustainable tourism model in pagilaran tea plantation agrotourism, in Indonesia // *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(5), 2021, pp. 981-990.

Schubert, S.F., Schamel, G. Sustainable tourism development: A dynamic model incorporating resident spillovers // *Tourism Economics*, 27(7), 2021, pp. 1561-1587.

Sukhwan T., Chainun C., Beeton, R.J.S. The impacts of nature-based adventure tourism on children in a Thai village // *Tourism Management Perspectives*, 15, 2015, pp. 122-127.

References

Blanchard, L.-A., Hatakeyama, S. and Kawasaki, A. (2022), "Making waves: Peace Boat Japan as a model of sustainable peace through tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 30 (2-3), pp. 600-617.

Chudnovsky, A.D. (2015), *Theory and methodology of socio-economic research: a tutorial*, Moscow, 478 p. [Online], available at: <https://e.lanbook.com/book/53307> (Accessed 17 March 2022).

Destek, M.A. and Aydın, S. (2022), "An empirical note on tourism and sustainable development nexus", *Environmental Science and Pollution Research*, 29 (23), pp. 34515-34527.

Gil, M.M.B., Cuba, C.K.R. and Peralta, E.C.O. (2022), "Urban planning and tourism: a legal look at sustainable development in Peru", *Revista de Filosofía (Venezuela)*, 39 (Especial), pp. 714-727.

Gössling, S., Hall, M.C., Page, S. and Weaver, D. (2009), *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*, London, 346 p.

Ketels, C. (2013), "Recent research on competitiveness and clusters: what are the implications for regional policy?", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6 (2), pp. 269-284.

Khan, M.R., Khan, H.U.R., Lim, C.K., Tan, K.L. and Ahmed, M.F. (2021), "Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model", *Sustainability (Switzerland)*, 13 (21), pp. 12156.

Khazova, D.S. (2014), "Modeling the sustainable development of tourism", *Theoretical and applied aspects of modern science: a collection of scientific papers based on the materials of the IV International Scientific and Practical Conference October 31, 2014: at 3 pm*, pp. 198-201.

Konanykhina, O. V. and Levchenko, T. P. (2017), "Guidelines for modeling the sustainable development of nature-oriented tourism in the Astrakhan region", *Bulletin of the Eurasian Science*, 4 (41). [Online], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-rekomendatsii-po-modelirovaniyu-ustoychivogo-razvitiya-prirodno-orientirovannogo-turizma-astrahanskoy-oblasti> (Accessed 17 March 2022).

Libud, J.J. and Edwards, D. (2010), *Understanding the Sustainable Development of Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd, 247 p.

Novikov, V.S. (2007), *Innovations in tourism*, Moscow, 208 p.

Petin, A.N., Koroleva, I.S. and Korneeva, M.E. (2012), *Ecological foundations of excursion and recreational activities: a textbook*, Belgorod, 192 p.

Pisarevsky, E.L. (2014), *Fundamentals of tourism: textbook*, Moscow: Federal Agency for Tourism, 384 p.

Rassokhina, T.V. (2018), "Technology for monitoring the sustainable development of tourist destinations through the assessment of indicators

of management and state”, *Service +*, 2, [Online], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-monitoringa-ustoychivogo-razvitiya-turistskih-destinatsiy-posredstvom-otsenki-indikatorov-upravleniya-i-sostoyaniya> (Accessed 03 June 2022).

Rosardi, R.G., Prajanti, S.D.W., Atmaja, H.T. and Juhadi (2021), “Sustainable tourism model in pagilaran tea plantation agrotourism, in Indonesia”, *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16 (5), pp. 981-990.

Schubert, S.F. and Schamel, G. (2021), “Sustainable tourism development: A dynamic model incorporating resident spillovers”, *Tourism Economics*, 27 (7), pp. 1561-1587.

Sukhwan, T., Chainun, C. and Beeton, R.J.S. (2015), “The impacts of nature-based adventure tourism on children in a Thai village”, *Tourism Management Perspectives*, 15, pp. 122-127.

Данные об авторе

Королева Инна Сергеевна, к.г.н., доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the author

Inna S. Koroleva, PhD, Associate Professor, Department of International Tourism and Hospitality

Обзор
Review

УДК 796.5-054.6(470+571)

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-4

Кусерова А. И.

**Сопровождение иностранных туристов в России:
проблемы и пути их решения**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»,
ул. Большевикская, д. 68, Саранск 430005, Республика Мордовия, Россия
e-mail: anna-kuserova@yandex.ru

*Статья поступила 14 марта 2022 г.; принята 4 апреля 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. Настоящее исследование посвящено вопросу сопровождения иностранных туристов в России и проблемам, возникающим в данном процессе. Автор статьи, опираясь на российскую нормативно-правовую базу, приводит ключевые понятия, связанные с туристским сопровождением, и на их основе формулирует собственные определения. При этом акцентируется внимание на том факте, что понятие «сопровождение туристов» не закреплено в нормативно-правовых актах обязательного характера. В статье проанализирована статистическая информация о въездном туризме в России, публикуемая Федеральным агентством по туризму, в частности, о количестве туристских прибытий иностранных граждан в период 2014 – 2020 гг. Выбор временных рамок обоснован внедрением новой методики статистического учета, а также тем, что в данный период отмечен прирост количества въездных туристов в нашу страну. На основании проведенного анализа были выделены отдельные страны и группы стран с различными официальными языками, лидирующие по количеству туристских прибытий в Россию. В ходе исследования и на основании авторского опыта сопровождения иностранных туристов были выявлены проблемы данной сферы туризма, с которыми обычно сталкиваются гиды-переводчики и туристские организации. Для проведения исследования были использованы такие методы, как анализ, синтез, наблюдение, сравнение. Использование этих методов позволило упорядочить выявленные проблемы и разделить их на несколько групп. При этом указывалось, что многие проблемы не связаны напрямую с лингвистическими особенностями иностранных туристов, и большое значение имеют психологические аспекты сопровождения. По итогам характеристики каждой группы проблем были предложены некоторые способы их решения. Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что они могут быть применены в курсах преподавания международного туризма, экскурсионного дела, делового иностранного языка и ряда других туристских дисциплин. Кроме того, предложенные пути решения проблем туристского сопровождения иностранцев могут использоваться в работе туристских фирм.

Ключевые слова: сопровождение туристов; иностранные туристы; количество туристских прибытий; профессиональный стандарт; гид; экскурсовод; гид-переводчик

Для цитирования: Кусерова А. И. Сопровождение иностранных туристов в России: проблемы и пути их решения // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 33-46. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-4

UDC 796.5-054.6(470+571)

Anna I. Kuserova

Accompanying foreign tourists in Russia: problems and solutions

National Research Ogarev Mordovia State University,
68 Bolshevistskaya St., Saransk, 430005, Mordovia, Russia
e-mail: anna-kuserova@yandex.ru

Abstract. This study is devoted to the issue of accompanying foreign tourists in Russia and the problems arising in this process. The author of the article, relying on the Russian regulatory framework, provides key concepts related to tourist support, and on their basis formulates her own definitions. At the same time, attention is focused on the fact that the concept of “accompanying tourists” is not fixed in mandatory regulatory legal acts. The article analyzes statistical information on inbound tourism in Russia published by the Federal Agency for Tourism, in particular, on the number of tourist arrivals of foreign citizens in the period 2014-2020. The choice of time frame is justified by the introduction of a new methodology of statistical accounting, as well as by the fact that during this period there was an increase in the number of incoming tourists to our country. Based on the analysis, individual countries and groups of countries with different official languages were identified, leading in the number of tourist arrivals to Russia. During the research and on the basis of the author's experience of accompanying foreign tourists, the problems of this sphere of tourism, which are usually faced by guides and translators and tourist organizations, were identified. To conduct the research, the author turned to such methods as analysis, synthesis, observation, comparison. The use of these methods allowed us to organize the identified problems and divide them into several groups. At the same time, it was pointed out that many problems are not directly related to the linguistic characteristics of foreign tourists, and psychological aspects of accompanying tourists are of great importance. Based on the results of the characteristics of each group of problems, some ways of solving them were proposed. The practical significance of the research results lies in the fact that they can be applied in the courses of teaching international tourism, sightseeing, business foreign language and a number of other tourist disciplines. In addition, the proposed ways of solving the problems of tourist support for foreigners can be used in the work of travel companies.

Keywords: accompanying tourists; foreign tourists; number of tourist arrivals; professional standard; guide; tour guide; guide and translator

For citation: Kuserova, A. I. (2022), “Accompanying foreign tourists in Russia: problems and solutions”, *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 33-46, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-4

Введение (Introduction). На сегодняшний день туризм является неотъемлемой и высоко востребованной частью современного общества. Для общества туризм – это познание мира и его красоты, знакомство с культурой разных народов, расширение кругозора и просто отдых. Для государства же туризм – один из основных видов дохода. Туризм ежегодно становится более востребованным, мотивирует людей строить перспективы на будущее, связанные с путешествиями, спрос на туризм растет с каждым днем, а спрос «рождает» предложение, это и говорит о том, что туристские услуги постоянно и непрерывно совершенствуются, представляя все больше и больше вариантов отдыха, развиваются также и способы потребления туристских услуг, таких как трансфер, способы размещения потребителей в наиболее комфортабельные условия и т. д. В связи с таким спросом встают вопросы о безопасности и защите прав туристов, обеспечении качественного туристского обслуживания. Еще одним актуальным вопросом является то, что не все туристы умеют легко ориентироваться в незнакомых местах, а тем более в иноязычных странах, для этого существует такая профессия, как сопровождающий, который помогает людям быстро адаптироваться и существовать в месте временного пребывания, создавая самые комфортные условия потребителю.

Поскольку туризм и туристские услуги непосредственно связаны с постоянным общением, то коммуникация с туристами и экскурсантами является ключевым аспектом работы сопровождающего. Особую важность это имеет при работе с иностранными туристами. Учитывая возросшую популярность нашей страны после Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России (далее – Чемпионат мира) среди представителей зарубежных стран и увеличившийся турпоток иностранцев в Россию, можно считать актуальным исследование сопровождения иностранных туристов.

Цель исследования (The aim of the work). Объектом исследования является сопровождение туристов. В качестве предмета исследования выступают проблемы, возникающие при сопровождении иностранных туристов. Цель данного исследования – выявить проблемы сопровождения иностранных туристов и предложить пути их решения.

Материалы и методы (Materials and methods). При проведении исследования были использованы такие методы, как анализ и синтез, наблюдение, сравнение.

Теоретической базой исследования послужили российские нормативно-правовые акты, касающиеся сферы туризма, труды некоторых отечественных специалистов-практиков и ученых, среди которых: А. В. Агуреева, И. М. Калабкина, В. М. Кицис, Н. В. Красильникова (Моисеева), И. Л. Шишкина и др. Кроме этого, источниками информации стали материалы и опыт, полученные во время сопровождения туристов на мероприятиях Чемпионата мира в городе-организаторе Саранске.

Практическая значимость исследования состоит в дальнейшем использовании полученных знаний в профессиональной деятельности – в работе гидов-экскурсоводов, гидов-переводчиков, в деятельности турфирм, экскурсионных бюро, в преподавании профессиональных дисциплин, например, по специальности 43.02.10 «Туризм» и направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Услуга сопровождения туристов – одна из основополагающих в туризме, без которой туризм трудно было бы себе представить, ведь данная услуга в полной мере облегчает путешествие потребителя, ибо функционал такого сотрудника обширен. Это позволяет освободить туриста от большинства забот, связанных с расселением, транспортным обеспечением, организацией экскурсий и пр., ведь все эти обязанности исполняет сопровождающий, а потре-

битель не будет волноваться в незнакомой стране.

Несмотря на важность этой услуги для туристов, особенно для иностранцев, до настоящего времени не утверждено официального определения понятия «сопровождение туристов». Согласно ГОСТ Р 54604–2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» сопровождающий – «физическое лицо, имеющее профессиональную подготовку, опыт, знания и навыки, оказывающее информационные и организационные услуги, необходимые при проведении экскурсии, и квалифицированную помощь экскурсантам» (ГОСТ Р 54604–2011, 2012). Также в туристской практике сопровождающим называют руководителя тургруппы (это может быть и опытный турист – участник группы) либо представителя принимающей турфирмы (турлидер), который работает с туристами на трансфере и реализует экскурсионные программы своей организации. Более подробная информация о сопровождении туристов, функциях, обязанностях и ответственности сопровождающих, содержится в государственных и профессиональных стандартах. В число таких документов входят ГОСТ Р 54602–2011 «Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования», профессиональные стандарты «Экскурсовод (гид)» (вступил в силу 01.03.2022 г.) и «Инструктор-проводник» (ГОСТ Р 54602–2011, 2012; Приказ Минтруда..., 2017; Приказ Минтруда..., 2021). Однако стандарты чаще всего носят рекомендательный характер, следовательно, вышеуказанное определение не является единственно верным и обязательным (Кусерова, 2021).

В Федеральном законе от 24. 11. 1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующее определение экскурсовода (гида): «профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребы-

вания» (Федеральный закон..., 1996).

На основании вышеуказанных понятий, закрепленных в российских нормативных документах, предлагается следующее определение: сопровождение туристов – это процесс оказания дополнительной к экскурсии или программе пребывания туриста услуги, который осуществляется специально обученным лицом. По нашему мнению, главное отличие сопровождающего от экскурсовода заключается в том, что сопровождающий находится с туристами в течение всей программы их пребывания, посещая с ними все запланированные объекты и мероприятия, в том числе предприятия питания, сувенирные и прочие магазины. Экскурсовод также может сопровождать туристов, однако он, как правило, имеет определенную специализацию: обзорные или тематические экскурсии по городу, экскурсии по музею либо другому объекту.

Согласно Федеральному закону от 25.07.2002 № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации», иностранным гражданином называется «физическое лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства» (Федеральный закон..., 2002). Используя понятия туриста и иностранного гражданина из данных федеральных законов, можно сформулировать следующее определение: иностранный турист – лицо, не являющееся гражданином Российской Федерации и имеющее доказательства наличия гражданства (подданства) иностранного государства, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного

пребывания.

Обычно функция сопровождения иностранных туристов возлагается на гида-переводчика – «профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания» (Федеральный закон..., 1996). К гидам-переводчикам предъявляются определенные требования, которые отражены в различных документах, в том числе в профессиональном стандарте «Экскурсовод (гид)». Согласно данному стандарту, профессия гида-переводчика характеризуется следующими требованиями, связанными с общением:

- знание этики делового общения;
- знание делового протокола и этикета;
- знание теории формирования потребностей и межличностного общения;
- знание иностранного языка в объеме, необходимом для осуществления деятельности по организации экскурсий для иностранных туристов, для разработки

материалов для проведения экскурсий на иностранном языке, для перевода и оказания экскурсионных услуг на туристских маршрутах;

– знание техники публичных выступлений (Приказ Минтруда..., 2021).

Необходимо отметить, что подобная формулировка требований профстандарта к знанию иностранного языка не совсем конкретна, поскольку достаточно сложно определить необходимый объем знаний для той или иной ситуации с иностранными туристами. С другой стороны, такие требования дают широту охвата языковых знаний и обеспечивают большую вероятность того, что в должности гида-переводчика работает высококвалифицированный специалист, готовый к организации и проведению самых разных экскурсий для иностранных туристов.

Сопровождение иностранных туристов гидом-переводчиком или другим должностным лицом связано с количеством и этническим составом туристов, прибывающих в страну из-за рубежа. Количество туристских прибытий иностранцев в Россию отражено на рисунке 1.

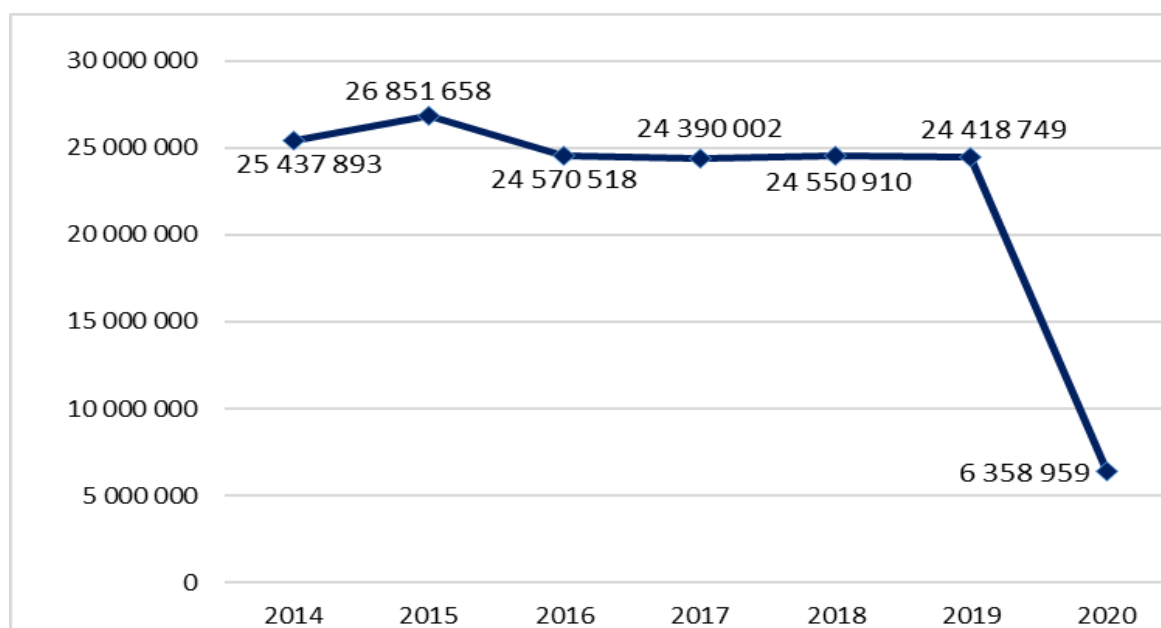


Рис. 1. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию
Fig. 1. The number of inbound tourist trips of foreign citizens to Russia

Согласно сведениям Федерального агентства по туризму, всего в период с 2014 по 2020 гг. более 156,5 млн иностранных туристов совершили поездки в Россию (в среднем 22,4 млн чел. в год). На графике четко видно значительное падение показателя количества туристских прибытий в 2020 г., что связано с влиянием пандемии COVID-19. Наиболее полные статистические данные за 2021 г. как правило, публикуются в середине года, поэтому на настоящий момент можно оперировать только сведениями о трех кварталах прошедшего года. С января по сентябрь 2021 г. зафиксировано всего 178 тыс. визитов иностранцев с туристическими целями (Великосвят, 2015; Levine, 2020), что также связано с ограничениями из-за пандемии.

Больше всего визитов иностранных граждан зафиксировано из соседних государств – Украины, Казахстана, Польши, Финляндии, Армении, Азербайджана и др.

В основном это республики бывшего СССР, поэтому сопровождение гидом-переводчиком для таких туристов не требуется – все они владеют русским языком. Кроме того, особенности их пребывания в России не в полной мере соответствуют туристским целям. Обычно это однодневные визиты за покупками, поездки с целью навестить родственников и друзей или найти подходящее место работы. Поэтому с истинно туристскими целями в Россию приезжают граждане других государств (Калабкина, Кицис, 2014).

Кроме того, по данным 2015 г., когда было отмечено наибольшее количество туристских прибытий в Россию, и 2019 г., перед «пандемийным» спадом, можно сказать, что состав стран, лидирующих по поездкам своих граждан в Россию, почти не изменился (рисунок 2). В данном анализе не учитывались показатели соседних государств и стран – членов СНГ.

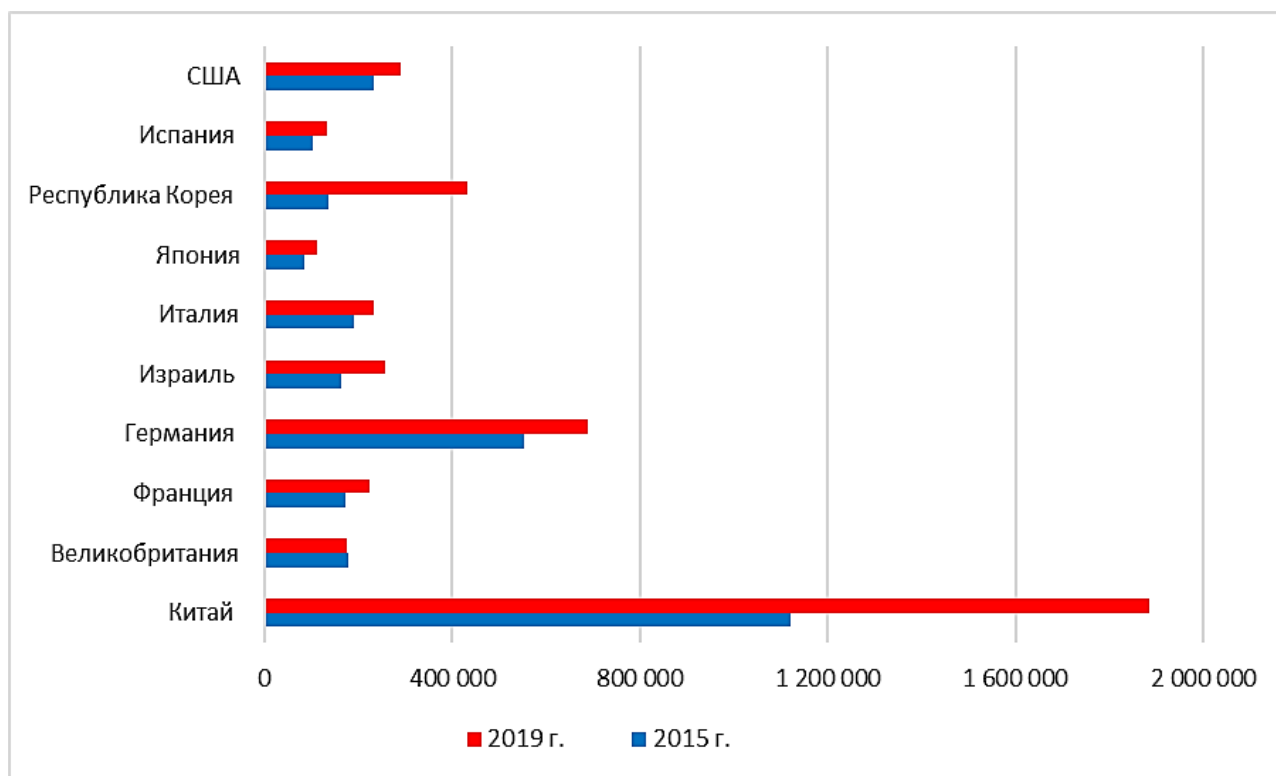


Рис. 2. Страны, лидирующие по количеству туристских прибытий в Россию в 2015 и 2019 гг.

Fig. 2. The countries leading in the number of tourist arrivals to Russia in 2015 and 2019

На основании статистических данных также можно сделать следующие выводы о национальном составе въезжающих в Россию туристов:

- лидирующее положение занимают туристы из Китая (китайский язык относится к сино-тибетской языковой семье);

- примерно с 2015 г. повысился интерес к России у туристов из стран Восточной и Юго-Восточной Азии, среди которых наибольшее количество прибытий отмечено из Республики Корея. Также к лидирующим по прибытиям странам относятся Япония (изолированный язык), Индонезия (язык австронезийской семьи), Таиланд (язык принадлежит к тайской группе тай-кадайской языковой семьи), Вьетнам (язык австроазиатской семьи);

- среди стран с официальным языком, относящимся к романской группе, лидируют Франция и Италия;

- среди стран с официальным языком, относящимся к германской группе, наибольшее число туристов – из Германии;

- в германской группе стоит выделить английский язык, среди англоязычных стран по количеству туристских прибытий в Россию лидируют США.

Таким образом, сопровождение иностранных туристов в России в языковом аспекте требует достаточно большого разнообразия среди иноязычных экскурсоводов и гидов-переводчиков. При этом необходимо учитывать, что около 75% иностранных туристов предпочитают путешествовать по России в составе организованной группы (Иностранцы предпочитают приезжать..., 2022). Это может породить определенные проблемы и сложности в работе турфирмы:

- организации необходимо иметь достаточно большой штат сотрудников, каждый из которых специализируется на одном иностранном языке, что несет дополнительные расходы на заработную плату;

- организации необходимо иметь небольшой штат сотрудников, каждый из которых владеет несколькими иностранными языками, что также несет дополнительные расходы на заработную плату, поскольку работа таких специалистов стоит дорого;

- организации необходимо иметь небольшой штат сотрудников, владеющих одним-двумя иностранными языками, что ограничивает возможности и доходы турфирмы от иностранных туристов, разговаривающих на другом иностранном языке.

Помимо сложностей чисто лингвистического характера, в сопровождении иностранных туристов целесообразно выделить несколько групп проблем:

- психологические проблемы;
- кадровые проблемы;
- правовые проблемы.

Международный туризм всегда был сложен тем, что имел множество проблем с взаимодействием иностранных гостей с принимающей стороной. Такие проблемы обусловлены тем, что менталитет, язык, обычаи, традиции и моральные устои кардинально разнятся между собой. В связи с этим у гидов, экскурсоводов и сопровождающих возникают проблемы. Даже когда такой ситуации не происходит, всегда остаются риски того, что эти проблемы проявятся, и гости покинут страну, полностью в ней разочаровавшись. Также есть шанс того, что разочаровавшийся гость, покинувший страну пребывания, не посоветует приехать туда своим друзьям, даже наоборот. Друзья же передадут эту информацию другим своим знакомым, в связи с чем теряется большое количество потенциальных гостей, и к тому же падает престиж компании, а если конфликтная ситуация произойдет в туристской группе, шанс потери репутации возрастет. Турист, оказавшийся за рубежом, всегда испытывает определенный стресс, даже если он уже неоднократно бывал в этой стране. Поэтому ему необходимо внутренне приспособить-

ся к перемене места пребывания, к другим законам и традициям, к перемене климата и часового пояса. В данной ситуации ему необходим гид, и для непосредственного сопровождения по программе пребывания, и для психологической помощи и поддержки. Поэтому, если конкретизировать проблему, то можно сформулировать ее как трудности с психологическим сопровождением туриста. Данный термин включает в себя помощь в адаптации к условиям среды (обычаи, традиции и законы страны пребывания), поддержка туриста в непредвиденных ситуациях. Психологическое сопровождение должно способствовать благоприятному впечатлению зарубежного туриста о стране и его комфортному отдыху. Гид-переводчик, не владеющий психологическими приемами, может не справиться со стрессовыми ситуациями, растеряться при возникновении конфликтов и, следовательно, не сможет оказать адекватную психологическую помощь иностранному туристу. Более того, психологически неподготовленный сопровождающий сам может стать причиной конфликта или усугубить его. Для успешного психологического сопровождения туристов гид должен обладать большим объемом знаний и способностью подстраиваться под специфику конкретного контингента туристов, их возраста и социального состава (Новикова, 2014).

Следующей проблемой в сопровождении иностранных туристов является некачественный подбор потенциальных работников на такие должности, как гиды, гиды-переводчики, экскурсоводы, сопровождающие и др., а в дальнейшем их развитие и повышение квалификации. Савичев А. Ю. отмечает, что дефицит квалифицированных кадров осложняется присутствием на отечественном рынке экскурсионных услуг иностранных гидов-переводчиков, которые произвольно трактуют историю и культуру России. Так, по оценкам Ассоциации гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров около

80% туристов в России обслуживаются непрофессиональными гидами (Савичев, 2020). А данные должности требуют не только высшего профессионального образования, опыта работы, но и набора определенных личных и профессиональных качеств потенциального сотрудника. Зачастую работодатель почти не рассматривает эти качества при приеме на работу, а акцентирует внимание на дипломе и его составляющих. Наличие диплома и оценок в нем еще не говорит об эффективности сотрудника и его потенциале. Также имеют значение личный и профессиональный опыт будущего работника, его мотивация. Все эти критерии тесно взаимосвязаны друг с другом и неотъемлемы. Помимо наличия квалификации, сопровождающий должен подходить к работе творчески, предоставить информацию в интересной форме и уметь заинтересовать иностранцев (Новикова, 2014).

Данная проблема также связана с тем, что система туристского образования в России сравнительно недавно стала формироваться, и не всегда подготовке гидов-переводчиков уделяется должное внимание. Это подтверждается и результатами анализа источников: большинство научных публикаций последних 5 лет посвящены вопросам лингвистической подготовки гидов-переводчиков и правовым аспектам их деятельности. А большинство зарубежных современных исследований посвящено проблеме развития туристской индустрии и особенностям работы экскурсоводов и гидов-переводчиков в период пандемии COVID-19 (Galí, 2022; Levine, 2020; Nazarova, Yagyaeva and Madrakhimova, 2019).

Вместе с тем, существующие образовательные программы подготовки гидов-переводчиков отличаются достаточно высоким качеством. Они направлены на сочетание формирования профессиональных компетенций с овладением стратегиями для минимизации возможных ошибок в работе (Агуреева, Меркулова, 2019). Как

правило, экскурсоводов и гидов, работающих с иностранцами, в России в основном готовят в наиболее популярных среди иностранцев городах – Москве и Санкт-Петербурге. В то же время, иностранные туристы посещают и другие города России. Вопрос нехватки квалифицированных кадров, особенно в языковом отношении, проявился при подготовке к Чемпионату мира. Также, анализируя проблему лингвистического образования гидов, следует учитывать различные тенденции и изменения в туристских потоках. Так, если основным языком общения с иностранными туристами ранее был английский, то в настоящее время на первое место выходит китайский язык (в Москве и Санкт-Петербурге), ведь как уже было отмечено, увеличился турпоток китайских туристов в Россию. Также во время подготовки к Чемпионату мира, в том числе в городе-организаторе Саранске, возник вопрос о наличии квалифицированных гидов-переводчиков с испанского и португальского языков, поскольку среди иностранных болельщиков было большое количество туристов из стран Латинской Америки – испаноязычных и португальскоязычных стран (Евдокимова, Кусерова, 2021).

Несовершенство всей существующей нормативно-правовой базы по сопровождению туристов – проблема, требующая постоянного контроля и совершенствования. С течением времени правовые нормы устаревают, а технологии развиваются, в связи с чем нормативно-правовой базе требуется постоянная доработка, внесение множества поправок и адаптация под реальное время. Необходимо учитывать, что до сих пор законодательно не закреплено понятие сопровождения туристов, и нет отдельного нормативного документа по сопровождающим, работающим с иностранцами. В профессиональном стандарте «Экскурсовод (гид)» обозначена должность гида-переводчика, но его функции относятся больше к экскурсоводу.

На основании изучения проблем со-

провождения иностранных туристов предлагается несколько способов их решения.

Решением психологических проблем, на наш взгляд, является повышение квалификации каждого субъекта туристской организации, в особенности тех, кто в большей степени взаимодействует с иностранными гостями: экскурсоводы, сопровождающие, гиды-переводчики. Большая ответственность ложится именно на них, ведь они напрямую контактируют с туристами, от них зависит, будет ли положительным или отрицательным исход всего тура потребителя. Для достижения желаемого результата сотрудник должен обладать профессиональными умениями и личностными качествами, а также применять имеющиеся знания и навыки на практике. Вышеперечисленные профессии требуют от сотрудников большой ответственности, точности, пунктуальности, стрессоустойчивости, коммуникабельности и моментальной адаптации к чрезвычайным обстоятельствам. Профессиональное поведение сопровождающего должно содержать следующие качества: приветливость и вежливость, доброжелательность и радушие, сдержанность и тактичность, обходительность и любезность. Каждый сотрудник, работающий с иностранными туристами, должен быть психологически и морально подкован, а также подготовлен к грамотным действиям в конфликтных ситуациях при общении с туристом. Если сотрудник совершил ошибку, он должен найти в себе силы и извиниться перед клиентом, прийти ему на помощь в случае необходимости, но помощь не должна перерасти в угодливость, а радушие – в навязчивость. В туристской сфере этические нормы стоят на первом месте, особую роль они играют при взаимодействии с иностранными туристами, ведь помимо всех вышеперечисленных требований необходимо учитывать и разницу обычаев, менталитета, языка, моральных устоев и др. Кроме того, на сопровождающих возлагаются обязанности контроля наличия всех

участников туристской группы, предоставления общей информации о туре, выполнения всех условий программы пребывания, обеспечения средствами размещения, питания, услугами транспорта и дополнительными услугами, организации экскурсий и культурных мероприятий, а также решения бюрократических и валютных проблем.

Для лучшего формирования навыков психологического сопровождения иностранных туристов предлагается во время обучения гидов и их работы проводить соответствующие курсы и тренинги. Возможно даже при приеме на работу проводить стрессовые интервью. С точки зрения самих туристов рекомендуется в atractивных местах предоставлять больше туристской информации: стенды и буклеты с картой города, номерами спецслужб, правилами поведения и др.

По нашему мнению, в решении кадровых проблем подбор и развитие в дальнейшем персонала туристской фирмы является ключевым условием ее работы, поскольку профессиональная некомпетентность сотрудников, несоответствие их знаний, умений и навыков требованиям времени негативно сказывается на результатах работы всей организации (Ефремова, 2004). При трудоустройстве гидов-переводчиков способом решения кадровых проблем может явиться проведение различных тестирований и анкетирования, а также уже упомянутые стрессовые интервью или кейс-метод. Метод анкетирования предполагает, что непосредственный руководитель оценивает работника, заполняющего стандартизированные формы. Благодаря наличию конкретных вопросов с определенными вариантами ответов процедура анкетирования достаточно четко регламентирована, что позволяет в короткие сроки провести массовое социологическое исследование кандидатов на какую-либо должность (Шишкина, 2009). Тестирование производится также руководителями и направлено на поиск недостатков работни-

ка, устранение пробелов в его личных и профессиональных качествах. По результатам теста можно понять, в каких областях следует усилить подготовку сотрудника. Такое тестирование, так же как анкетирование, не должно быть однократными, ведь при повторном их проведении повышается результат.

Стресс-интервью представляет собой вид собеседования, при котором специально создается нервная, напряженная для кандидата обстановка, с целью вывести его из равновесия. Учитывая название, ясно, что в первую очередь данный метод подбора персонала позволяет определить степень стрессоустойчивости будущего гида. Кроме того, в ходе стресс-интервью выявляются и другие качества – коммуникабельность, сообразительность, решительность, нестандартность мышления. Именно такая форма собеседования может быть уместна для работников сферы обслуживания (Великосвят, 2015), к которым относится сопровождение туристов, в т. ч. иностранных. Однако стресс-интервью является слишком сложной методикой, требующей особой подготовки. Поэтому более «мягким» способом обучения и подбора сотрудников является кейс-метод. Так называется педагогическая технология, основанная на поиске решения какой-либо проблемы (ситуации). Рекомендуется давать сопровождающим и гидам-переводчикам конкретные ситуации, которые могут возникнуть при работе с иностранными туристами. По тому, как быстро сопровождающий сможет найти наиболее эффективный способ решения данного кейса, можно судить об уровне его профессионализма, опыта и квалификации.

Также рекомендуется усилить языковую подготовку сопровождающих, работающих с иностранными туристами, проводить больше практических занятий с носителями языка и привлекать к решению данной проблемы органы власти. Так, в 2020 г. Федеральное агентство по туризму и школа «English First в России и СНГ»

подписали соглашение о взаимодействии в области повышения уровня владения иностранными языками в туристической (Федеральное агентство по туризму, 2022). Значительную роль в качестве языковой подготовки сопровождающих играет полученное лингвистическое образование. Специалисты признают, что получение профессионального образования на нескольких уровнях более результативно, поскольку в процессе обучения мышление человека систематизируется, его профессиональные возможности растут вместе с повышением уровня образования. Сейчас во многих российских вузах, в т. ч. в МГУ им. Н. П. Огарева, сформирована подобная система непрерывного профессионального образования: среднее профессиональное образование – бакалавриат – магистратура – аспирантура (Моисеева, 2009).

Решением проблемы развития и совершенствования личных и профессиональных качеств сотрудников видится реализация образовательных программ повышения квалификации и переподготовки, что позволит:

- повысить уровень профессиональной компетентности сотрудников;
- улучшить результаты работы;
- частично или полностью решить проблему нехватки и текучести кадров;
- уменьшить затраты на проведение контролируемых мероприятий.

Преимущества участия персонала в профессиональных обучающих программах:

- общее и профессиональное саморазвитие сотрудников;
- сокращение периода адаптации нового сотрудника;
- формирование новых компетенций в случае изменения требований к работе.

Ко всему прочему, следует мотивировать сотрудников как в финансовом плане, так и моральном, а также обеспечивать возможностью повышения своего карьерного роста. Данные методы будут хорошо сказываться на сопровождении

иностранцев, потому что квалифицированный сотрудник организации будет способен красиво, грамотно и компетентно представить нашу страну иностранному гостю, оставить незабываемое впечатление от поездки на всю жизнь и оставить только положительные эмоции у потребителя. За счет этого поднимется и престиж компании, ведь уехавший иностранный турист не только вернется обратно, но и возьмет с собой знакомых и посоветует всем остальным как турфирму, так и нашу страну.

При решении правовых проблем стоит больше уделять времени контролю за процессом доработок и совершенствования законодательства. Мы считаем, что необходимо дополнительно ввести профессиональный стандарт «Гид-переводчик» и на национальном уровне утвердить понятие сопровождения туристов, сопровождающего, его функции, права и обязанности.

Заключение (Conclusions). Таким образом, в ходе исследования были выявлены проблемы, характерные для сопровождения иностранных туристов, и предложены пути их решения. Итогом является то, что соблюдение данных рекомендаций и ответственное отношение к работе положительно скажется как на качестве работы сотрудников, так и на успешности организации на рынке туризма. Из совершенствования сотрудников, а впоследствии и организации появляется слаженность, точность и качество работы и выполнения поставленных задач и целей.

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

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

Список литературы

О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации: Федеральный закон от 25.07.2002 г. № 115-ФЗ (последняя редакция) // Справочно-правовая система

«КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (дата обращения: 10.01.2022).

Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (последняя редакция) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения 10.01.2022).

Агуреева А. В., Меркулова Л. П. Подготовка гидов-переводчиков к межкультурной коммуникации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 3. С. 187–194.

В АТОР подвели туристические итоги 2021 года // Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (дата обращения: 11.01.2022).

Великосвят О. Р. Стресс-интервью как современный метод рекрутинга // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2015. № 2. С. 260–261.

ГОСТ Р 54602–2011. Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования; введ. 2013–01–01. М.: Стандартинформ, 2012. 11 с.

ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования; введ. 2012–07–01. М.: Стандартинформ, 2012. 11 с.

Евдокимова А. А., Кусерова А. И. Сопровождение иностранных туристов в России // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 70-3. С. 162–167.

Ефремова С. В. Формирование и развитие мотивационной системы управления персоналом на предприятии: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2004. – 26 с.

Иностранцы предпочитают приезжать в Россию в составе организованных групп // Туристический бизнес Санкт-Петербурга. URL: <http://www.pitert.ru/news/inostrantsy-predpochitayu> (дата обращения: 01.02.2022).

Калабкина И. М., Кицис В. М. Динамика и региональная структура въездного и выездного российского туризма // Туризм и региональное развитие: материалы VII Межд. науч.-практ. конф. «Туризм и региональное разви-

тие», Смоленск, 03-04 октября 2014 г. Смоленск: Смоленский гуманитарный университет, 2014. С. 111–117.

Кусерова А. И. Документационное обеспечение сопровождения туристов // Вестник ВНИИДАД. 2021. № 2. С. 27–34.

Моисеева Н. В. Роль и значение совершенствования довузовской подготовки в системе непрерывного профессионального образования // Вестник Мордовского университета. 2009. № 2. С. 160–165.

Новикова А. А. Роль гида в психологическом сопровождении иностранных туристов // Электронный периодический научный журнал «SCI-ARTICLE.RU». 2014. № 12. С. 10–14.

Об утверждении профессионального стандарта «Инструктор-проводник»: Приказ Минтруда России от 29.09.2017 г. № 702н // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/542609034> (дата обращения: 13.01.2022).

Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)»: Приказ Минтруда России от 10.06.2021 г. № 394н // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/607329436> (дата обращения: 13.01.2022).

Савичев А. Ю. Правовая регламентация деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников: опыт субъектов Российской Федерации и перспективы федерального регулирования // Административное и муниципальное право. 2020. № 3. С. 1–12.

Федеральное агентство по туризму. 2022. URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения 10.01.2022).

Шишкина И. Л. Реализация дидактических функций педагогических измерений в условиях кредитно-модульной системы: Дис. ... канд. пед. наук. Ростов-на-Дону, 2009. – 184 с.

Galí N. Impacts of COVID-19 on local tour guides // Journal of Tourism and Cultural Change. 2022. URL: <https://doi.org/10.1080/14766825.2022.2046016> (Accessed 25.03.2022).

Levine Irene S. Supporting tour guides during the COVID-19 pandemic [Online], available at: <https://www.forbes.com/sites/irenelevine/>

[2020/03/16/ supporting-tour-guides-during-the-covid-19-pandemic/?sh=7c24f7337bce](https://www.forbes.com/sites/irenelevine/2020/03/16/supporting-tour-guides-during-the-covid-19-pandemic/?sh=7c24f7337bce) (Accessed 25.03.2022).

Nazarova N. G., Yagyaeva E. B., Madrahimova M. S. (2019), "Preparing guide-translators in the sphere of tour industry", *Problems of modern science and education*, 11-2 (144), pp. 47–48.

References

Agureeva, A. V. and Merkulova, L. P. (2019), "Preparation of guides and translators for intercultural communication", *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*, 3, pp. 187–194.

ATOR summed up the tourist results of 2021 [Online], available at: <https://www.ato-rus.ru/news/press-centre/new/58171.html> (Accessed 11 January 2022).

Efremova, S. V. (2004), "Formation and development of the motivational system of personnel management at the enterprise", Abstract of Ph.D. dissertation, Russian State Social University, Moscow, Russia.

Evdokimova, A. A. and Kuserova, A. I. (2021), "Escort of foreign tourists in Russia", *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya*, 70 (3), pp. 162–167.

Federal Agency for Tourism [Online], available at: <https://www.russiatourism.ru/> (Accessed 10.01.2022).

Foreigners prefer to come to Russia as part of organized groups [Online], available at: <http://www.pitert.ru/news/inostrantsy-predpochitayu> (Accessed 01 February 2022).

Galí, N. (2022), "Impacts of COVID-19 on local tour guides", *Journal of Tourism and Cultural Change*, [Online], available at: <https://doi.org/10.1080/14766825.2022.2046016> (Accessed 25 March 2022).

Kalabkina, I. M. and Kitsis, V. M. (2014), "Dynamics and regional structure of inbound and outbound Russian tourism", *Proc. of the VII International scientific conference "Tourism and regional development"*, Smolensk humanitarian University, Smolensk, Russia, pp. 111–117.

Kuserova, A. I. (2021), "Documentation support of tourist escort", *Herald of VNIIDAD*, 2, pp. 27–34.

Levine, Irene S. Supporting tour guides during the COVID-19 pandemic [Online], available at: <https://www.forbes.com/sites/irenelevine/>

2020/03/16/ supporting-tour-guides-during-the-covid-19-pandemic/?sh=7c24f7337bce (Accessed 25 March 2022).

Moiseeva, N. V. (2009), "The role and importance of improving pre-university training in the system of continuing professional education", *Vestnik Mordovskogo universiteta*, 2, pp. 160–165.

Nazarova, N. G., Yagyaeva, E. B. and Madrahimova, M. S. (2019), "Preparing guide-translators in the sphere of tour industry", *Problems of modern science and education*, 11-2 (144), pp. 47–48.

Novikova, A. A. (2014), "The role of a guide in the psychological support of foreign tourists", *SCI-ARTICLE.RU*, 12, pp. 10–14.

On the approval of the professional standard "Instructor-guide": Order of the Ministry of Labor of Russia dated 29.09.2017 № 702n [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/542609034> (Accessed 13 January 2022).

On the approval of the professional standard "Tour guide (guide)": Order of the Ministry of Labor of Russia dated 10.06.2021 № 394n. [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/607329436> (Accessed 13 January 2022).

On the basics of tourist activity in the Russian Federation: Federal Law dated 24.11.1996 № 132-FZ (latest edition) [Online], available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (Accessed 10 January 2022).

On the Legal Status of Foreign Citizens in the Russian Federation: Federal Law dated 25.07.2002 № 115-FZ (latest edition) [Online], available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (Accessed 10 January 2022).

Savichev, A. Yu. (2020), "Legal regulation of the activities of guides (guides), guides-interpreters and instructors-guides: the experience of the subjects of the Russian Federation and prospects for federal regulation", *Administrativnoe i munitsipal'noe pravo*, 3, pp. 1–12.

Shishkina, I. L. (2009), "Implementation of didactic functions of pedagogical measurements in the conditions of a credit-modular system", Ph.D. Thesis, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

State standard R 54602–2011 "Tourist services. The services of instructors-guides. General requirements" (2012), Standartinform, Moscow, Russia.

State standard R 54604–2011 “*Tourist services. Sightseeing services. General requirements*” (2012), Standartinform, Moscow, Russia.

Velikosvyat, O. R. (2015), “Stress interview as a modern recruiting method”, *Obrazovanie i nauka bez granits: sotsial'no-gumanitarnye nauki*, 2, pp. 260-261.

Данные об авторе

Кусерова Анна Ивановна, старший преподаватель кафедры туризма

Information about the author

Anna I. Kuserova, Senior Lecturer, Department of Tourism

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-5

Морозова Н. С.

**Риски и банкротства предпринимательских структур
в индустрии туризма и гостеприимства**

АНО ВО «Российский новый университет»,
ул. Радио, 22, Москва 105005, Россия
e-mail: sks@rosnou.ru

*Статья поступила 13 марта 2022 г.; принята 06 мая 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. Ключевой особенностью предпринимательской деятельности во всех отраслях экономической деятельности является наличие риска. Сфера туризма и гостеприимства также подвержена влиянию многих факторов, порождающих риски предпринимательских структур. Индустрия туризма и гостеприимства находится в сложнейшей ситуации в связи с пандемией COVID-19 и обострением политической ситуации в мире, что привело к резкому снижению туристских потоков во всем мире. В связи с этим изучение рисков в индустрии туризма и гостеприимства в настоящее время является актуальной проблемой. На основе системного подхода и историко-логического метода анализа развития предпринимательской деятельности в индустрии туризма были выявлены основные виды рисков и представлена их классификация. Описаны основные подходы к управлению рисками, включая перераспределение риска, их диверсификацию и другие, и приведены примеры из сферы туризма. В статье рассмотрены основные причины банкротства предпринимательских структур в сфере туризма. Показано, что одной из причин финансовой неустойчивости туроператоров является сложность синхронизации денежных потоков компании, что порождает так называемый кассовый разрыв. Одним из действенных инструментов регулирования туристского рынка может стать развитие саморегулирования, которое уже успешно используется в разных отраслях, например, в строительстве, рекламе. Целесообразно развивать саморегулирование в сфере туризма. Предложены направления совершенствования механизма финансовых гарантий туроператоров, которые позволят снизить риски их банкротства.

Ключевые слова: туризм; гостеприимство; кризис; пандемия; риски в туризме; банкротство

Для цитирования: Морозова Н. С. Риски и банкротства предпринимательских структур в индустрии туризма и гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 47-56. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-5

UDC 338.48

Natalia S. Morozova

**Risks and bankruptcy of business structures
in the tourism and hospitality industry**

ANO VO "Russian New University",
22 Radio St., Moscow 105005, Russia
e-mail: sks@rosnou.ru

Abstract. A key feature of entrepreneurial activity in all sectors of economic activity is the presence of risk. The sphere of tourism and hospitality is also subject to the influence of many factors that generate risks for business structures. The tourism and hospitality industry is in a difficult situation due to the COVID-19 pandemic and the aggravation of the political situation in the world, which has led to a sharp decline in tourist flows around the world. In this regard, the study of risks in the tourism and hospitality industry is currently an urgent problem. Based on a systematic approach and a historical and logical method for analyzing the development of entrepreneurial activity in the tourism industry, the main types of risks were identified and their classification was presented. The main approaches to risk management are described, including risk redistribution, their diversification, and others, and examples from the tourism sector are given. The article considers the main reasons for the bankruptcy of business structures in the field of tourism. It is shown that one of the reasons for the financial instability of tour operators is the difficulty of synchronizing the company's cash flows, which gives rise to the so-called cash gap. One of the effective tools for regulating the tourism market can be the development of self-regulation, which is already successfully used in various industries, for example, in construction, advertising. It is expedient to develop self-regulation in the field of tourism. Directions for improving the mechanism of financial guarantees for tour operators are proposed, which will reduce the risks of their bankruptcy.

Keywords: tourism; hospitality; crisis; pandemic; risks in tourism; bankruptcy

For citation: Morozova, N. S. (2022), "Risks and bankruptcy of business structures in the tourism and hospitality industry", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 47-56, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-5

Введение (Introduction). Предпринимательская деятельность в сфере туризма сопряжена со множеством разнообразных рисков, которые зависят от внешних и внутренних факторов. При планировании своей деятельности предприятия туристской и гостиничной индустрии должны прогнозировать возможные негативные последствия рисков и адаптироваться к изменяющейся рыночной ситуации.

В мировой практике туристского бизнеса банкротства случались с различ-

ными предприятиями индустрии туризма. В 2005 году обанкротилась одна из крупнейших американских авиакомпаний Delta Air Lines, долг которой на момент банкротства составлял 20,5 млрд долларов. Основными причинами ее банкротства были названы высокие цены на авиатопливо и чрезмерные затраты на рабочую силу. В сентябре 2008 года произошел финансовый крах третьего по величине английского туроператора XL Leisure Group. В октябре 2017 разорилась английская авиа-

компания Monarch, в результате чего пришлось эвакуировать 84 тыс. туристов. В сентябре 2019 года французская авиакомпания Aigle Azur, основанная в 1946 году, также объявила о своей финансовой несостоятельности и прекращении полетов. Одно из самых громких банкротств на туристском рынке произошло в конце сентября 2019 года, оно связано с приостановкой деятельности старейшего туроператора Thomas Cook Group, основанного в 1841 году. Туроператор ежегодно отправлял в путешествие более 22 млн туристов. Основными причинами банкротства были названы падение потребительского спроса, использование устаревшей модели работы по технологии пакетных туров, ошибки топ-менеджмента компании в принятии управленческих решений.

Последнее десятилетие развития российского туристского бизнеса также связано с чередой громких банкротств крупных национальных туроператоров. Приостановка деятельности туроператоров происходила, как правило, в разгар высокого сезона, что крайне негативно сказывалось на всем туристском рынке.

В связи с тем, что предприятия туристской индустрии имеют важное значение для развития региональной экономики, высокий уровень социальной ответственности, к ним должны предъявляться особые требования с точки зрения устойчивости их финансово-экономической деятельности и минимизации вероятности банкротства (Morozov, Morozova, Morozov, Moldazhanov, 2019). В связи с этим анализ рисков на туристском рынке и выявление причин банкротства туристских компаний является актуальной и важной задачей.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является диалектический анализ развития предпринимательской деятельности в туризме с учетом изменяющейся внешней и регулятивной среды, выявление и классификация наиболее значимых рисков и методов их снижения, рассмотрение проблемы и при-

чин банкротств в туризме, разработка предложений по снижению рисков банкротств предприятий индустрии туризма.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Методология исследования базируется на системном подходе изучения рисков туроператоров, анализе и синтезе данных о деятельности субъектов туристского рынка, а также на изучении организационно-правовых условий ведения предпринимательской деятельности в сфере туризма.

Изучению рисков в сфере туризма посвящены работы Лаврова А.В. (Лавров, 2021), Морозова М.А. (Морозов, Морозова, 2019), Пашкевича Л.А., Батуриной Н.А., Власовой М.В. (Пашкевич, Батурина, Власова, 2021), Асгари А., Оздемир А.И. (Asgary, Ozdemir, 2020), Карл М. (Karl, 2018), Вильямс А.М., Балаж В. (Williams, Baláz, 2013), Ян Э.Ч.Л., Наир В. (Yang, Nair, 2014) и др.

Проблемы банкротства предпринимательских структур и их конкурентоспособности освещены в работах Бизоньо М., Рестейно М., Карло А. (Bisogno, Restaino, Carlo, 2018), Морозова М.А. (Морозова, Морозов, 2019) и других авторов.

В девятидесятых годах прошлого века и в начале двухтысячных годов текущего столетия развитие предпринимательской деятельности в российском туризме было связано с быстро растущим спросом на выездные туры. До 2002 года практически не было никаких особых условий, ограничивающих ведение предпринимательской деятельности в сфере туризма. Введенное в 2002 году обязательное лицензирование туроператорской и турагентской деятельности установило требования к персоналу туркомпаний, в частности, стало необходимым наличие профильного образования в сфере туризма и (или) стажа работы в туристской индустрии. Выдачу лицензий на ведение туроператорской и турагентской деятельности осуществляло Федеральное агентство по туризму. Многие туристские компании одновременно работа-

ли как туроператоры и турагенты и имели соответственно по две лицензии. Введение лицензирования сыграло положительную роль для развития туристского рынка, упорядочив требования к организации туристской деятельности и повысив требования к профессиональным компетенциям сотрудников, однако обязательность лицензирования ограничивала инициативу предпринимателей.

Лицензирование туристской деятельности было отменено в 2007 году, вместо него для туроператоров было введено финансовое обеспечение туроператорской деятельности. Сведения о туроператорах, имеющих финансовое обеспечение, содержатся в Едином федеральном реестре туроператоров, который ведет Федераль-

ное агентство по туризму. Финансовое обеспечение ответственности туроператоров было введено для гарантии исполнения туроператорами своих обязательств по договорам о реализации туристского продукта. Предпринимательская деятельность в сфере туризма подвержена различным рискам, поэтому как в любом бизнесе возможны банкротства предприятий туристской индустрии, особенно на рынке выездного туризма (Морозов, 2020).

Риск в туризме характеризует неопределенность, связанную с возможностью возникновения неблагоприятных ситуаций и последствий, потерь, убытков, неопределенность финансовых результатов в будущем. В таблице предложена классификация рисков туристских компаний.

Таблица

Классификация рисков в индустрии туризма и гостеприимства

Table

Classification of risks in the tourism and hospitality industry

Признак классификации	Виды рисков
По источнику возникновения	- политические, - природные, - технологические, - санитарно-эпидемиологические, - предпринимательские (финансовые, кредитные, валютные, коммерческие и т.п.)
По территориальному охвату	- глобальные, - региональные, - местные
По отношению к туристской компании	- внешние (экзогенные), - внутренние (эндогенные),
По природе возникновения риска	- объективные, - субъективные
По силе влияния на туристскую деятельность	- допустимые, - критические, - катастрофические
По возможности воздействия (управления) рисками	- управляемые, - неуправляемые
По допустимости страхования риска	- страхуемые, - не страхуемые

Наибольшее негативное влияние на туроператорскую деятельность оказывают

политические и природные риски, которые являются неконтролируемыми и неуправ-

ляемыми со стороны туроператоров. Например, введение запрета на чартерные рейсы на курорты Египта (Шарм-эль-Шейх и Хургаду) в 2015 году серьезно осложнило жизнь многих туроператоров выездного туризма и авиакомпаний, т.к. Египет был самым востребованным зимним направлением для российских туристов.

Следует отметить, что к субъективным рискам относятся риски, порождаемые неправомерными действиями сотрудников компании, включая мошенничество, злоупотребление полномочиями лицом, выполняющим управленческие функции в коммерческой организации. Такого рода действия стали причиной банкротств ряда российских компаний, например, туроператора «Жемчужная река» в 2018 году.

Управление рисками предполагает разработку адекватных мер предупреждения и минимизации рисков. К методам управления рисками в туризме относятся:

- перераспределение риска между отдельными субъектами туристского рынка;
- объединение рисков;
- хеджирование рисков;
- диверсификация рисков;
- страхование рисков;
- снижение рисков путем сбора дополнительной информации;
- резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

Распределение рисков возможно, если в туристской деятельности принимает участие несколько партнеров, например, при реализации туристских проектов туроператоров с применением государственно-частного партнерства. Однако государственно-частное партнерство применяется в основном в проектах, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма. При организации выездного туризма риски могут перераспределяться между отправляющим и принимающим туроператором.

Объединение рисков предусматривает перевод случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки.

Хеджирование представляет собой систему заключения срочных контрактов и сделок, в которых учитываются возможные колебания курса валют или цен.

Диверсификация риска предполагает снижение риска за счет расширения разнообразия предлагаемых туристских продуктов и услуг. Для сферы туризма это один из наиболее приемлемых вариантов снижения рисков. Например, при закрытии границ во время пандемии COVID-19 туроператоры, работающие одновременно на рынке выездного и внутреннего туризма, с большей легкостью переключились на внутренний рынок, чем те, кто работал только на рынке выездного туризма.

Страхование – это перераспределение рисков со страховой компанией.

Снижение риска путем сбора дополнительной информации предусматривает обмен информацией и консультирование с внешними и внутренними стейкхолдерами. Дополнительная информация касается самого риска, его причин, последствий и мер для его снижения. Существенную роль для формирования информационной базы и оценки рисков могут оказать цифровые технологии (Морозов, Морозов, 2019; Морозов, Морозова, 2020).

Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов предусматривает формирование специального фонда для покрытия убытков от рисков, например, формирование резервного фонда туроператоров в сфере выездного туризма.

Для российских туроператоров, работающих на рынке выездного туризма, одними из наиболее серьезных рисков являются валютные риски, связанные с изменениями валютного курса, как например, в 2014 и в настоящее время.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). В силу особой социальной значимости туристской деятельности и наличия высоких туроператорских рисков в сфере выездного туризма государство принимает ряд мер, направленных на управление рисками туро-

ператорской деятельности. Методом страхования рисков туроператоров является финансовое обеспечение, введенное в 2007 году.

Одно из первых банкротств российских туроператоров произошло в разгар летнего сезона 2008 года, когда свою деятельность приостановила туроператорская компания «Детур», она впоследствии была признана банкротом.

Риски туроператоров связаны с сезонностью туристского бизнеса. Управление финансово-экономической деятельностью туроператорских компаний имеет ярко выраженную сезонную специфику, которая состоит в несинхронности формирования положительного и отрицательного денежного потока. Начало туристского сезона всегда сопряжено с повышенными финансовыми потребностями туроператоров, т.к. денежные средства от туристов еще не поступают, а оплату партнерам (отельерам, транспортным компаниям и др.) производить требуется. В большинстве случаев туроператоры вынуждены использовать кредитные ресурсы, которые снижают финансовую устойчивость компании. Часто для обслуживания кредита туроператоры прибегают к перекредитованию, что еще больше снижает их финансовую стабильность.

В ноябре 2010 года туроператору «Капитал Тур» было отказано в перекредитовании, что привело к его банкротству. Туроператор активно пользовался кредитными ресурсами, в результате его долг Московскому кредитному банку составил 45 млн руб., а общая задолженность туроператора достигла 1,3 млрд руб. Количество пострадавших туристов было более 8 тысяч человек. Финансовая ответственность туроператора «Капитал Тур» была застрахована на 100 миллионов рублей в страховой компании «Инногарант», которая осенью 2011 года сама лишилась лицензии. В результате иски пострадавших туристов на общую сумму 268 миллионов рублей так и не были удовлетворены.

В феврале 2012 года в связи с неплатежеспособностью приостановила свою деятельность одна из старейших российских туркомпаний «Ланта-тур». Даже предоставленный Внешэкономбанком кредит в 7 миллионов долларов не помог туроператору выйти из кризиса, а только временно смягчил финансовое напряжение и конфликт с партнерами туроператора. Несмотря на все усилия, туроператор «Ланта-тур» не смог возобновить свою деятельность, и 2 марта 2012 года компания была исключена из федерального реестра туроператоров.

Особенностью финансовой деятельности туроператоров является так называемый кассовый разрыв. Он связан с тем, что денежные потоки от туроператора к партнерам являются первичными во времени по отношению к денежному потоку, поступающему от туристов за реализованные туристские продукты. Для синхронизации этих денежных потоков прибегают к мероприятиям по стимулированию сбыта, в частности, предлагают скидки за так называемое раннее бронирование. Однако такой способ решает проблему кассового разрыва лишь частично.

Еще одной проблемой, порождающей банкротство на российском туристском рынке, было демпингование туроператорских компаний. Для увеличения своей доли на рынке туроператоры устанавливали цены на туристские продукты ниже себестоимости, что лишало прибыли не только их самих, но и конкурентов. Такая политика ценообразования резко снижала рентабельность туроператорского бизнеса, который в настоящее время составляет всего 2%-3%. В демпингование втягиваются практически все туроператоры, работающие на соответствующем рынке. Например, в летнем сезоне 2011 года, несмотря на большой поток туристов в Грецию, туроператоры не получили прибыль по этому направлению, т.к. на этом рынке наблюдался жесткий демпинг и многие турпродукты продавались ниже себестоимости.

сти. Эта ситуация была спровоцирована крупным туроператором, который за счет демпинга планировал увеличить свою долю рынка. Демпинг на туристском рынке повышает риск банкротства туроператоров, и, соответственно, неблагоприятно влияет на всю индустрию туризма.

За последнее десятилетие банкротами стали ряд крупных российских туроператоров:

- 2010 год – «Капитал Тур»;
- 2011 год – «Пегасус», «DEO-Travel», «Лужники Тревел», «Скайтур», «Альфа Вояж», «Аврора Интур» и «МХП»;
- 2012 год – «Ланта-тур»;
- 2014 год – «Асент Трэвел», «Нева», «Лабиринт»;
- 2018 год – DSBW Tours, «Natalie Tours», «Raduga Travel», «Данко», «Рос-сТур», «Матрешка Тур», «Данко», «Жемчужная река»;
- 2019 год – «Лаборатория приключений»;
- 2020 год – «Русь-тур», «Индиго-тур»;
- 2021 – «Mouzenidis Travel».

В 2018 году свою деятельность приостановили 12 крупных туроператоров, в результате чего пострадали более 27 тысяч туристов, общий объем ущерба составил 2,5 млрд рублей.

У туроператора «Mouzenidis Travel» были выкуплены турпродукты на 18 млн евро и 27 тысяч туристов не смогли воспользоваться оплаченными турами. Необходимо разработать более эффективные механизмы возмещения убытков, возникающих у туристов при банкротстве туроператоров.

Одной из основных проблем является сложность прогнозирования банкротства туроператорских компаний. Как правило, признаки банкротства туроператоров заранее сложно определить, они не заметны ни для туристов, ни для турагентов. Например, компания «Ланта-тур» до самого последнего для перед банкротством принимала заявки и деньги от туристов. Проблемы у туропера-

тора «Ланта-тур» возникли в январе 2012 года в связи с отказом в кредитовании «Мастер-банком», который уже сам находился в кризисном состоянии. В результате пострадали 6 тысяч туристов, а их финансовые потери составили 194 млн руб.

Финансовые риски туроператоров также зависят от финансовой устойчивости страховых компаний, предоставляющих финансовое обеспечение. В случае отзыва лицензии у страховой компании финансовое обеспечение становится недействительным, и туроператоры исключаются из федерального реестра туроператоров. Отзыв лицензии у «Национальной страховой компании Татарстан» (НАСКО) в 2019 году создал сложности для 111 компаний по выездному туризму, которые оформляли финансовое обеспечение у этого страховщика.

Одним из самых катастрофических рисков для туристской деятельности оказалась пандемия COVID-19, которая отбросила развитие туризма на несколько десятилетий назад, международные туристские потоки резко сократились. В этих кризисных условиях государство реализовало ряд мер по поддержке индустрии туризма и гостеприимства. В 2020 году на возмещение затрат туроператоров по невозвратным билетам и для вывоза российских туристов было выделено 3,5 млрд рублей. Для туроператоров выездного туризма взнос в резервный фонд Ассоциации «Турпомощь» был установлен в размере 1 рубль. Авиакомпаниям, вывозившим туристов из-за рубежа, были возмещены расходы. Для малых и средних предприятий продлены сроки уплаты налогов и приостановлены меры взыскания налоговой задолженности, предоставлены беспроцентные кредиты для выплаты заработной платы.

Надо отметить, что усилия государства по поддержке сферы туризма и гостеприимства оказались весьма действенными и предотвратили массовое банкротство в туризме, хотя многие туристские компании приостановили свою деятельность.

В 2022 годы меры поддержки туроператоров продолжены, в частности отмены взносы в резервный фонд и уменьшен размер отчислений в фонд персональной ответственности, что снижает финансовую нагрузку на туроператоров выездного туризма. Будут предоставлены субсидии субъектам Российской Федерации на развитие туристической инфраструктуры¹.

Заключение (Conclusions). В настоящее время полной и исчерпывающей информации о финансовой состоятельности и надежности туроператора не имеют как органы управления туризмом, так и турагенты и туристы. Аналогичная ситуация характерна и для страхового рынка, который в большинстве случаев предоставляет туроператорам финансовое обеспечение, наличие которого не является полной гарантией возмещения всех убытков туристу. Основной проблемой остается получение адекватной информации о финансовом состоянии туроператора. Такой информацией обладают банки, которые обслуживают туроператоров и через которые проходят денежные потоки туроператоров. Анализ денежных потоков туроператора может служить информационной базой о финансовом состоянии туроператора. В связи с этим необходимо изменить практику получения финансового обеспечения туроператоров.

Банкротство крупных национальных туроператоров крайне негативно сказывается на всем туристском рынке, снижает доверие туристов и неблагоприятно влияет на имидж всей российской туристской индустрии. Это предъявляет повышенные требования к стабильной работе туроператоров и их финансовой устойчивости. В настоящее время большинство туроператоров оформляют финансовое обеспечение через страхование гражданской ответственности, что зачастую не может покрыть те убытки, которые несут туристы.

Следует отметить, что обслуживающий туроператора банк может осуществлять мониторинг денежных потоков туроператора и получать объективную информацию о его финансовом состоянии. С целью стабилизации работы туроператорского рынка предлагается ряд инновационных вариантов снижения рисков банкротства в сфере туризма:

- финансовое обеспечение туроператоров предпочтительнее оформлять в форме банковской гарантии того банка, в котором обслуживается туроператор, что позволит обеспечивать контроль за движением денежного потока туроператора, по запросу регулятора туристского рынка, в частности, Ростуризма, может быть получена объективная информация о кризисном финансовом состоянии туроператора, которая позволит своевременно принять меры и предотвратить банкротство туроператора;

- необходимо активнее развивать саморегулирование в сфере туризма, в частности, все туроператоры должны стать членами саморегулируемой организации, это должно быть обязательным условием для включения компании в реестр туроператоров, саморегулирование в настоящее время применяется во многих сферах и показывает хорошие результаты (Саморегулирование в России, 2022);

- законодательно обеспечить право саморегулируемой организации обращаться в банк-гарант для получения сведений о финансовом состоянии туроператора в случае возникновения признаков его неустойчивости и финансовой неустойчивости;

- саморегулируемой организации следует предоставить право проводить текущий мониторинг туристского рынка и выявлять признаки демпингования на туроператорском рынке.

Устойчивое развитие российского туристского рынка связано со стабильной работой национальных туроператоров. Именно они обеспечивают массовые туристские потоки и во многом формируют имидж российского рынка туризма. В

¹ URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_405703/47fc486c63acafa5e9cf33a428d388072309f1e3/

стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года предусмотрено реформирование механизма обеспечения финансовых гарантий с целью повышения уровня защищенности туристов, расширение государственной поддержки туроператоров за счет возмещения части затрат туроператоров на организацию новых туристских маршрутов по России.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Лавров В.В. Анализ влияния рисков на развитие туризма в Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 13-23.

Морозов М.А., Морозов М.М. Цифровые коммуникации как инструмент формирования единого информационного пространства в туризме / М.А. Морозов, М.М. Морозов // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2019. № 2. С. 69-72.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 28 (2). С. 196-202.

Морозов М.А., Морозова Н.С. Экономика туризма. М., Юрайт. 2019. – 291 с.

Морозов М.М. Антикризисный менеджмент в индустрии туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т. 6. № 4. С. 19-27.

Пашкевич Л.А., Батурина Н.А., Власова М.В. Обзор методов оценки рисков в сфере туризма // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 3 (57). С. 20-25.

Саморегулирование в России. URL: <https://sro-portal.info/the-types-of-sro/> (дата обращения 01.03.2022).

Asgary A., Ozdemir A.I. Global risks and tourism industry in Turkey // *Quality and Quantity*. 2020. Т. 54. № 5-6. Pp. 1513-1536.

Bisogno M., Restaino M., Carlo A. Forecasting and preventing bankruptcy: A conceptual review // *African journal of business management*. 2018. № 12 (9), Pp. 231-242.

Karl M. Risk and Uncertainty in Travel Decision-Making: Tourist and Destination Perspective // *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57 (1). Pp. 129–146.

Morozov M.A., Morozova N.S., Morozov M.M., Moldazhanov M.B. Innovative development of the regional economy. Semey, PC “Intellect”, 2019. 104 p.

Williams A. M., Baláž V. Tourism, risk tolerance and competences: travel organization and tourism hazards // *Tourism Management*. 2013. № 35, Pp. 209-221.

Yang E.C.L., Nair V. Tourism at risk: A review of risk and perceived risk in tourism // *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*. 2014. № 3 (2). Pp. 239-259.

References

Asgary, A. and Ozdemir, A.I. (2020), “Global risks and tourism industry in Turkey”, *Quality and Quantity*, 54 (5-6), pp.1513-1536.

Bisogno, M., Restaino, M. and Carlo? A. (2018), “Forecasting and preventing failure: A conceptual review”, *African journal of business management*, 12 (9), pp. 231-242.

Karl, M. (2018), “Risk and Uncertainty in Travel Decision-Making: Tourist and Destination Perspective”, *Journal of Travel Research*, 57 (1), pp. 129–146.

Lavrov, V.V. (2021), “Analysis of the impact of risks on the development of tourism in the Russian Federation”, *Petersburg Economic Journal*, 2, pp. 13-23.

Morozov, M.A, Morozova, N.S., Morozov, M.M. and Moldazhanov M.B. (2019), *Innovative development of the regional economy*, Semey, Intellect.

Morozov, M.A. and Morozov, M.M. (2019), “Digital communications as a tool for the formation of a single information space in tourism”, *Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society*, 2, pp. 69-72.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2019), *The economics of tourism*, M., Urayt.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2020), “Innovative trends in the development of tourism and hotel business in the context of digitalization”, *Natural Humanitarian Research*. 28 (2), pp. 196-202.

Morozov, M.M. (2020), “Anti-crisis management in the tourism industry scientific result”, *Business and service technologies*, 4, pp. 19-27.

Pashkevich, L.A., Baturina, N.A. and Vlasova, M.V. (2021), “Overview of risk assessment

methods in the tourism sector”, *Vestnik OrelGIET*, 3 (57), pp. 20-25.

Self-regulation in Russia [Online], available at: <https://sro-portal.info/the-types-of-sro/> (Accessed 01 March 2022).

Williams, A. M. and Balaz, V. (2013), “Tourism, risk tolerance and competences: travel organization and tourism hazards”, *Tourism Management*, 35, pp. 209-221.

Yang, E.C.L. and Nair, V. (2014), “Tourism at risk: A review of risk and perceived risk

in tourism-ism”, *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 3 (2), pp. 239-259.

Данные об авторе

Морозова Наталья Степановна, доктор экономических наук, профессор, научный руководитель института бизнес-технологий

Information about the author

Natalya S. Morozova, Doctor of Economics, Professor, Scientific Supervisor of the Institute of Business Technologies

Обзор
Review

УДК 338

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-6

Оборин М. С.

**Состояние и перспективы развития лечебного
и спортивно-оздоровительного туризма в России**

Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени Г. В. Плеханова»,
ул. бульвар Гагарина, д. 57, Пермь 614070, Россия;
ФГБОУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»,
ул. Букирева, 15, Пермь 614990, Россия;
ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический
университет им. ак. Д. Н. Прянишникова»,
ул. Петропавловская, 23, Пермь 614990, Россия
E-mail: recreachin@rambler.ru
SPIN-код 8200-9024

*Статья поступила 10 мая 2022 г.; принята 14 июня 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. В статье рассматриваются ситуационные условия развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма, сформированные под влиянием внутреннего спроса и геополитического давления. Туристско-рекреационная деятельность способна оказать сильное стимулирующее воздействие на здоровье различных групп населения, существенно разнообразить досуг и улучшить медико-демографические показатели в регионах России. Спортивно-оздоровительный туризм является интегральным видом деятельности, который можно развивать как самостоятельно, так в специально организованных условиях на базе санаторно-курортных комплексов, оздоровительных центров и профилакториев. Негативные последствия пандемии и снижающееся качество окружающей среды во многих субъектах РФ актуализирует внедрение данного вида туризма на массовой программной основе, организацию продвижения на уровне локальных систем управления и региональных властей. В условиях предприятий курортной медицины данный вид туризма может успешно сочетаться с другими лечебно-оздоровительными мероприятиями и активным досугом. При оптимальном использовании природно-ресурсного потенциала страны, разработке и актуализации пешеходных маршрутов на особо охраняемых природных территориях спортивно-оздоровительный туризм может способствовать развитию курортных территорий и дестинаций, формировать привлекательное для туристов предложение. Целью исследования является анализ состояния и перспектив развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма в России. Задачами исследования являются: исследование проблем и тенденций развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма; анализ основных проблем развития рассматриваемых видов туризма и путей их решения в условиях санатор-

но-курортных комплексов; анализ динамики развития санаторно-курортных организаций Пермского края. В исследовании представлена классификация лечебно-оздоровительного туризма, его основные виды, а также типология видов спортивного туризма. Рассмотрены основные проблемы и пути их решения в условиях санаторно-курортных комплексов. Определено, что лечебный и спортивно-оздоровительный туризм положительно влияет на скорость и качество процесса выздоровления, является дополнительной мерой в комплексе оздоровительных процедур по улучшению здоровья населения. Данный вид деятельности не только способствует улучшению здоровья, но и повышает социальную активность, интеллектуальное развитие и культурный уровень личности.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм; спортивно-оздоровительный туризм; туристские территории; курорт; реабилитация; активный отдых; укрепление здоровья; медицинский туризм

Для цитирования: Оборин М. С. Состояние и перспективы развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма в России // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 57-65. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-6

UDC 338

Matvey S. Oborin

The state and prospects of development of medical and sports tourism in Russia

Plekhanov Russian University of Economics,
57 Gagarin Blvd., Perm 614070, Russia;
Perm State National Research University,
15 Bukirev St., Perm, 614990, Russia;
Pryanishnikov Perm State Agro-Technological University,
23 Petropavlovskaya St., Perm 614990, Russia

E-mail: recreachin@rambler.ru

Abstract. The article examines the situational conditions for the development of medical and sports tourism, formed under the influence of domestic demand and geopolitical pressure. Tourist and leisure activities can have a powerful stimulating effect on the health of various segments of the population, significantly diversify leisure, and improve medical and demographic indicators in the regions of Russia. Sports and wellness tourism is an integral type of activity that can be developed both independently and in specially organized conditions on the basis of Sanatorium complexes, health centers and dispensaries. The negative consequences of the pandemic and the declining quality of the environment in many subjects of the Russian Federation actualize the introduction of this type of tourism on a mass program basis, the organization of promotion at the level of local management systems and regional authorities. In the conditions of resort medical businesses, this type of tourism can be successfully combined with other therapeutic and recreational activities and active leisure. With the optimal use of the country's natural resource potential, the development and updating of hiking routes in specially protected natural areas, sports and wellness tourism can contribute to the development of resort areas and destinations,

form an attractive offer for tourists. The purpose of the study is to analyze the state and prospects for the development of medical and sports tourism in Russia. The objectives of the study are: research of problems and trends in the development of medical and sports tourism; analysis of the main problems of the development of the types of tourism under consideration and ways to solve them in the conditions of sanatorium-resort complexes; analysis of the dynamics of the development of sanatorium-resort organizations in the Perm region. The study presents the classification of health tourism, its main types, as well as the typology of sports tourism. The main problems and ways to solve them in the conditions of sanatorium-resort complexes are considered. It is established that medical and sports tourism has a positive effect on the speed and quality of the recovery process, it is an additional measure in the complex of wellness procedures to improve the health of the population. This type of activity not only contributes to improving health, but also increases social activity, intellectual development and the cultural level of the individual.

Keywords: health and wellness tourism; sports and wellness tourism; tourist territories, resort; rehabilitation; active recreation; health promotion; medical tourism

For citation: Oborin, M. S. (2022), "The state and prospects of development of medical and sports tourism in Russia", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 57-65, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-6

Введение (Introduction). Ключевым фактором, влияющим на здоровье человека, является, в первую очередь, здоровый образ жизни (50–55%), а также, с долей 10–15% – оказание помощи лечебными организациями. Не менее существенное значение на здоровье человека оказывают физические нагрузки, спорт и активный отдых. В настоящее время очень много внимания уделяется аспекту привлечения населения к здоровому образу жизни, что предопределяет активное использование направления активного отдыха в рамках лечебно-оздоровительного туризма. Лечебно-оздоровительный туризм способствует совмещению отдыха с укреплением своего здоровья. Потенциал лечебно-оздоровительного туризма на сегодняшний день достаточно высок, данное туристическое направление активно развивается по всему миру. Согласно мнению ВОЗ, данный вид туризма в ближайшем будущем приобретет статус одной из самых востребованных и важных отраслей в мире.

Основной задачей лечебно-оздоровительного туризма является профилактика болезней и восстановление здоровья путем использования специальных

оздоровительных процедур. Также данное туристическое направление можно отнести к области, в которой человек получает возможность отдохнуть, восстановить свои ресурсы, физические и внутренние силы. Также процедуры оздоровления – это личный выбор человека, который способствует восстановлению духовных и физических ресурсов. При этом каждый человек имеет свои индивидуальные особенности, определяющие условия, способные благотворно повлиять на процесс выздоровления и укрепления организма.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является определение состояния и перспектив развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма в России.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). В работе применялись методы сравнительного анализа, контент-анализ научной литературы по проблеме исследования, анализ статистики.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). В научной литературе отмечены следующие виды оздоровительного туризма: 1) медицинский; 2) экологический; 3) спортивно-

оздоровительный; 4) лечебно-оздоровительный.

Лечебно-оздоровительный туризм можно классифицировать по следующим группам (Десятниченко, 2018; Карвунис, 2019; Ключникова, 2017):

1) выездной туризм – способствует оказанию услуги по выезду за пределы страны для получения более квалифицированной медицинской помощи;

2) въездной туризм – способствует оказанию услуги въезда в страну иностранных граждан с целью получения медицинской помощи на данной территории;

3) внутренний туризм – способствует оказанию услуги по перемещению граждан внутри одной страны между регионами для получения медицинских услуг.

Несмотря на все преимущества данного направления, в сфере лечебно-оздоровительного туризма в настоящее время необходимо отметить следующие проблемы, требующих решения и разработки методов их устранения (Жуковская, 2020; Новоселова, 2017; Подгорная, 2017):

- низкий уровень государственного регулирования сферы охраны природных лечебных источников на территории лечебно-оздоровительных курортов;

- низкий уровень квалификации специалистов данных организаций, в связи с чем необходимо развитие соответствующего уровня компетенций специалистов лечебно-оздоровительных курортов, постоянное повышение квалификации и профессионального уровня;

- недостаточная осведомленность населения о всех возможных направлениях, имеющихся на территории нашей страны в рамках лечебно-оздоровительных курортов;

- отсутствие конкуренции с зарубежными курортами из-за устаревшего и изношенного оборудования инфраструктуры лечебно-оздоровительных курортов России.

Благодаря многим преимуществам, лечебно-оздоровительный туризм активно развивается в настоящее время и является

перспективным видом социально-экономической деятельности. Согласно статистическим данным, только за 2019 год количество человек, осуществляющих поездки с целью получения лечебно-оздоровительных услуг, превысило 9 миллионов человек.

В настоящее время в России активно развивается спортивно-оздоровительный туризм. Спортивный туризм предполагает активный отдых, который может иметь экстремальное направление. Часто спортивный туризм ассоциируется с соревнованиями и преодолением препятствий.

Основными функциями данного вида туризма являются (Иргебаев, 2018; Соболева, 2018):

- оздоровление (повышение иммунитета, закалка здоровья, повышение активных физических нагрузок);

- укрепление и развитие тела, повышение физического потенциала (рост производительности и выносливости организма);

- развитие силы воли и духа.

Таким образом, спортивно-оздоровительный туризм не только способствует улучшению здоровья, но и повышает социальную активность, интеллектуальное развитие и культурный уровень населения.

Далее представим типологию видов спортивного туризма, актуальную в настоящее время (Шлее, 2019):

1) пеший туризм, который можно практиковать на любой территории, в любом удобном месте, парке, лесу, тропинке, специального снаряжения для занятий данным видом спортивного туризма не требуется;

2) лыжный туризм, заниматься которым можно только в зимний период, требует специального снаряжения;

3) горный туризм – подвид пешего туризма; для занятий данным видом спорта необходимы специальные навыки, подготовка и снаряжение;

4) водный туризм – это туризм, в котором преодолеваются водные препятст-

вия и маршруты, данный вид включает: сплав на плотах или лодках по горным рекам, парусный спорт и прочее. Для занятия данным видом спортивного туризма требуется специальное снаряжение и плавучие средства;

5) наземный спортивный туризм – передвижение на таких транспортных средствах, как велосипед, мотоцикл, автомобиль;

6) спелеотуризм – представляет вид спортивного туризма, характеризующегося посещением пещер и подземелий.

В регионах России существует значительный потенциал развития лечебно-оздоровительного и спортивного туризма в условиях санаторно-курортного комплек-

са. Интерес представляют не только курорты юга России (Краснодарский край, республика Крым), пользующиеся высокой популярностью, но и субъектов с более континентальным климатом, способствующим усилению лечебно-оздоровительного эффекта при многих видах заболеваний. Приволжский федеральный округ обладает развитой курортной медициной в республиках Башкортостан, Татарстан, Пермском крае.

Динамика развития санаторно-курортных организаций (СКО) Пермского края и другие показатели свидетельствуют о количественном сокращении на фоне роста спроса на лечебно-оздоровительные услуги (рис. 1).

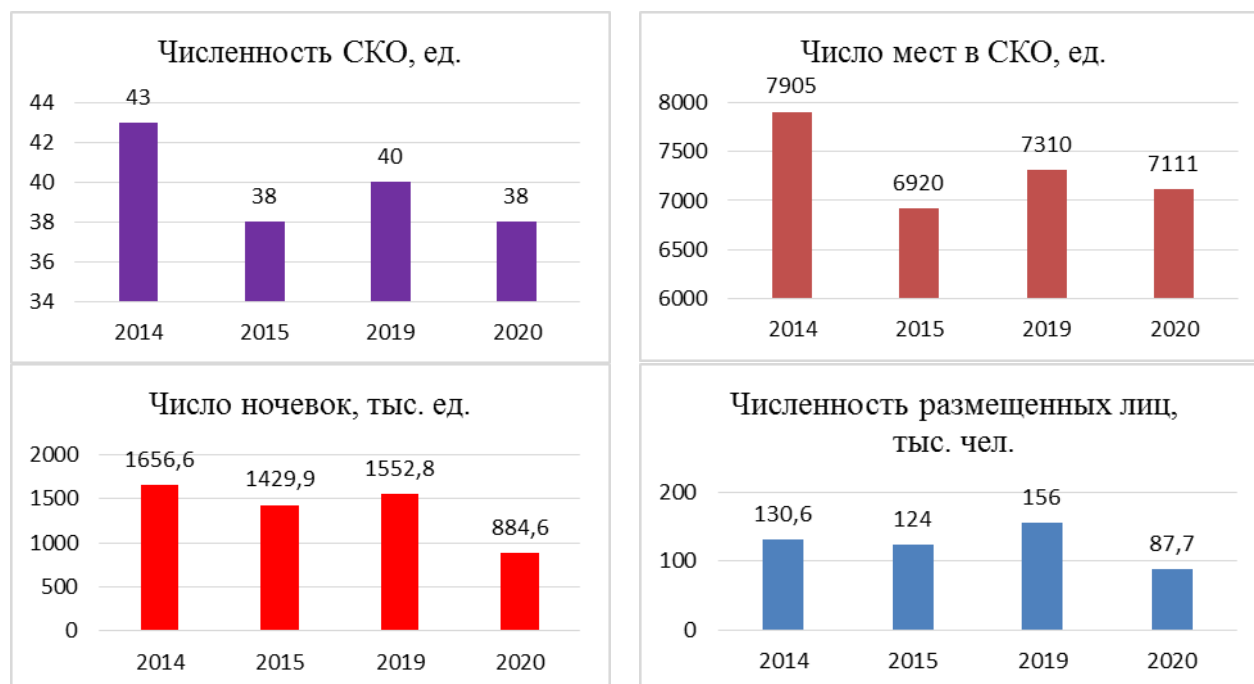


Рис. 1. Показатели санаторно-курортного комплекса Пермского края в 2014-2020 гг. (Пермский край в цифрах, 2020)

Fig. 1. Indicators of the health resort complex of the Perm Territory in 2014-2020 (Perm Krai in numbers, 2020)

Численность размещенных лиц стабильно увеличивается, спад в 2020 году обусловлен пандемией коронавируса. При

этом в Пермском крае активно развивается лечебно-оздоровительный и спортивный туризм (рис. 2).

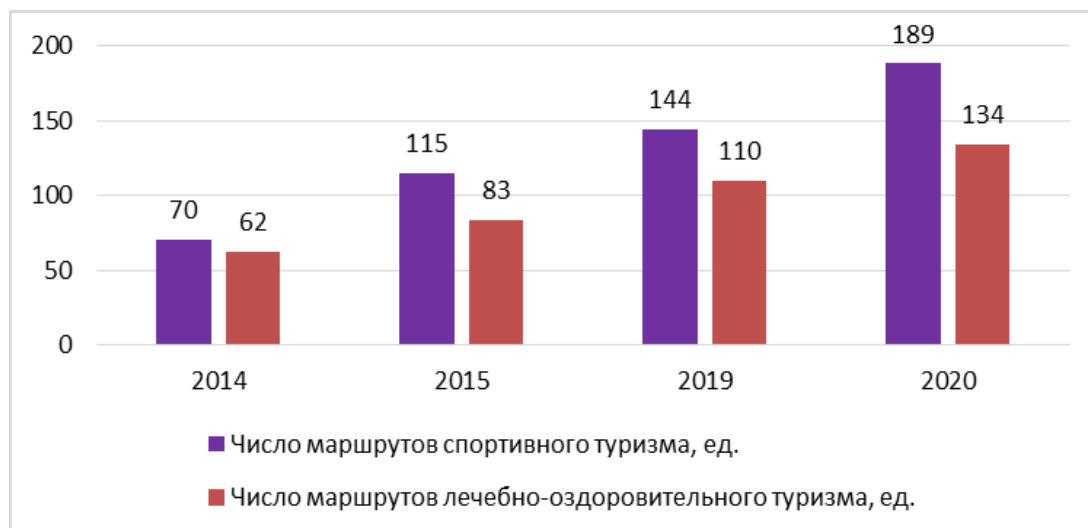


Рис. 2. Динамика роста числа маршрутов лечебно-оздоровительного и спортивного туризма в Пермском крае в 2014-2020 гг.
(Десятниченко, 2018; Карвунис, 2019)

Fig. 2. Dynamics of growth in the number of routes of health and recreation and sports tourism in the Perm Region in 2014-2020
(Desyatnichenko, 2018; Karvunis, 2019)

В настоящее время туризм в Пермском крае развивается по кластерному типу в соответствии с федеральными и региональными программами. Преимуществом данного подхода является возможность сочетания нескольких целей: лечение, оздоровление, отдых, активный досуг и занятия спортом в условиях особых природных зон, дающие в совокупности высокий восстановительный и терапевтический эффект.

Основными характеристиками лечебно-оздоровительного отдыха являются:

1) длительность пребывания. Для достижения максимального положительного эффекта в рамках оздоровления организма, отдыхающие должны пребывать на курортной территории как минимум 21 день, при этом у санаториев есть предложения на реабилитацию от 7 до 10 дней;

2) стоимостная категория. Лечение и прохождение реабилитации на курортах в настоящее время отличается высокой стоимостью при наличии и недорогих путевок. В целом, лечебно-оздоровительный туризм доступен и пользуется спросом у слоев населения с высоким уровнем дохо-

да, у которых помимо комплексного лечения в приоритете индивидуальный подход к лечению;

3) разные возрастные группы рекреантов. Чаще всего услугами курортных оздоровительных комплексов являются отдыхающие старше 50 лет, обремененные хроническими заболеваниями, слабым иммунитетом. Старшее поколение предпочитает те здравницы, которые оказывают услуги по комплексному лечению, позволяющему укрепить и повысить иммунитет и восстановить силы и здоровье.

Однако в данном направлении наблюдается множество проблем (Костылева, 2018; Рогалева, 2020):

- износ инфраструктуры спортивного туризма. Спортивные объекты, разбросанные по разным регионам и территориям, приходят в негодность, требуют реставрации и модернизации, обновления технического обеспечения, на что требуется значительное финансовое обеспечение при не особо высоком спросе у населения;

- отсутствие специалистов, компетентных в вопросах спортивного оздоровительного туризма. В настоящее время

можно отметить низкий уровень популяризации данного туристического направления, низкую информированность населения о пользе, специфике и предложениях спортивного оздоровительного туризма.

Одним из актуальных направлений формирования системного подхода к развитию спортивно-оздоровительного туризма является разработка программ на базе санаторно-курортных комплексов. Несмотря на очевидную потребность государства и общества в данном виде социально-экономической и спортивно-медицинской деятельности, ряд перечисленных выше ограничений необходимо учитывать при стратегическом планировании.

Преобразованию курортных организаций способствуют новые потребности населения в области лечебно-оздоровительных услуг. Все больше и больше людей понимают важность ведения здорового образа жизни, поддержания хорошего физического и духовного состояния, использования медицинских и реабилитационных услуг и лечения. Как правило, услугами лечебно-оздоровительного туризма в основном пользуются люди среднего возраста, у которых не так много свободного времени, которое они готовы потратить на активный отдых.

Основной функцией курортных комплексов является предоставление лечебных услуг, при этом данные комплексы разрабатывают новые программы для отдыхающих, расширяя ассортимент услуг культурными и спортивными мероприятиями, оздоровительными и реабилитационными услугами.

Предпочтения рекреантов при определении направления и выборе санатория обусловлены не только услугами медицинского характера, которые предлагает здравница, но широким выбором спортивных и анимационных услуг, которыми данный комплекс может обеспечить.

Формирование новых рекреационных потребностей населения, их качественных

характеристик, требует трансформации всей системы курортного отдыха и оздоровления, приоритет задач которой – повышение уровня и качества здоровья населения, обуславливающих продолжительность жизни каждого человека.

Лечебные курортные территории включают полноценную систему, характерную для оздоровительных центров: комфортные условия для размещения туристов и увлекательные разнообразные развлекательные и спортивные программы, что, в свою очередь формирует его стоимостную категорию, которая несколько выше, чем предлагают другие учреждения по оздоровлению населения.

Заключение (Conclusions). На сегодняшний день для сферы спортивно-оздоровительного туризма характерны следующие тенденции: повышение интереса населения к здоровому образу жизни, качественному питанию и досугу; стремление к использованию услуг превентивной медицины и спорта, направленных на поддержание высокого уровня здоровья; сочетание нескольких целей отдыха, которые связаны с получением восстановительного и терапевтического эффекта.

Перспективы развития рассматриваемых видов туризма связаны с программным подходом на базе спортивных и лечебно-оздоровительных учреждений, участием предприятий санаторно-курортного комплекса в государственных программах развития туризма, здравоохранения и укрепления здоровья населения.

Следовательно, необходимо развивать массовые и любительские виды спорта, которые будут интересны любому возрастному поколению. Также существует необходимость развития тех направлений туризма, инфраструктура которых уже определена крупными спортивными объектами. Спортивная инфраструктура, которая эффективно развивается на территории нашей страны, в совокупности с остальными ресурсами благоприятны для дальнейшего развития рассматриваемого вида

деятельности. В сложных ситуационных условиях и негативном геополитическом фоне внутренний туризм окажет положительное влияние на состояние здоровья и позволит решить ряд социально-демографических проблем и ограничений.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. О стратегических приоритетах развития лечебно-оздоровительного туризма в России // Экономика и управление народным хозяйством (Санкт-Петербург). 2018. № 3 (5). С. 106–115.

Жуковская И.Ф., Овчинников А.Ю. К вопросу о сущности спортивного туризма // Глобальный научный потенциал. 2020. № 2 (107). С. 142–146.

Иргебаев М.И., Карлыбаев М.С. Медико-педагогический контроль в спортивном туризме // Теория и методика физической культуры. 2018. № 1 (51). С. 117–122.

Карвунис Ю.А., Негоденко Е.В., Каплевич Л.В. Особенности развития спортивного туризма на региональном уровне // Теория и практика физической культуры. 2019. № 11. С. 18–19.

Карпова Г.А., Гришин С.Ю., Черных А.Н., Ткачев В.А. Современные аспекты экологизации туристской деятельности – теория и практика. СПб., 2018. – 112 с.

Клюшников Е.А. Туризм в комплексе ГТО / Туристский подход в комплексе ГТО // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. 2017. № 1 (122). С. 25–30.

Костылева И.В., Лотоненко А.В., Куликов И.П. Физическая рекреация учащихся старших классов на основе использования средств спортивно-оздоровительного туризма // Культура физическая и здоровье. 2017. № 3 (63). С. 52–54.

Новоселова Н.Н., Батчаева С.Х., Батчаева А.Х. Развитие лечебно-оздоровительной и туристско-рекреационной кластерной политики в регионе кавказских минеральных вод //

Экономика и предпринимательство. 2017. № 2–1 (79). С. 276–278.

Пермский край в цифрах. 2020: Краткий статистический сборник/ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Пермь, 2020. – 194 с.

Подгорная А.С. Структура физической подготовки в спортивном туризме (группа дисциплин «дистанция пешеходная») // Курорты. Сервис. Туризм. 2017. № 3–4 (36–37). С. 164–168.

Рогалева Л.Н., Галышева С.М., Шихов А.В. Трансформация мотивов в процессе занятия спортивным туризмом // Теория и практика физической культуры. 2020. № 5. С. 31–33

Соболева С.Ю., Соболев А.В. Кластерный подход к формированию зон лечебно-оздоровительного туризма // Волгоградский научно-медицинский журнал. 2018. № 1 (57). С. 7–10.

Шлее И.П. Учет личностных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья для дифференциации подходов к их обучению // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1(33). С. 6–12.

References

Desyatnichenko, D.Yu. and Desyatnichenko, O.Yu. (2018), “O strategicheskikh prioritetah razvitiya lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v Rossii” [On strategic priorities for the development of health tourism in Russia], *Ekonomika i upravlenie narodnym khozyajstvom (Sankt-Peterburg)*, vol. 3(5), pp. 106–115.

Irgebaev, M.I. and Karlybaev, M.S. (2018), “Mediko-pedagogicheskij kontrol' v sportivnom turizme” [Features of the development of sports tourism at the regional level], *Teoriya i metodika fizicheskoy kul'tury*, vol. 1 (51), pp. 117–122.

Karvunis, YU.A., Negodenko, E.V. and Kapilevich, L.V. (2019), “Osobennosti razvitiya sportivnogo turizma na regional'nom urovne” [Features of the development of sports tourism at the regional level], *Teoriya i praktika fizicheskoy kul'tury*, vol. 11, pp. 18–19.

Karpova, G.A., Grishin, S.Yu., CHernyh, A.N. and Tkachev, V.A. (2018), “Sovremennye aspekty ekologizatsii turistskoj deyatel'nosti – teoriya i praktika”. [Modern aspects of ecologization of tourist activity], SPb, 112 p.

Klyushnikova, E.A. (2017), "Turizm v komplekse GTO. Turistskij podkhod v komplekse GTO" [Tourism in the TRP complex / Tourist approach in the TRP complex], *Vestnik akademii detsko-yunosheskogo turizma i kraevedeniya*, vol. 1 (122), pp. 25-30.

Kostyleva, I.V., Lotonenko, A.V. and Kulikov, I.P. (2018), "Fizicheskaya rekreatsiya uchashchikhsya starshih klassov na osnove ispol'zovaniya sredstv sportivno-ozdorovitel'nogo turizma" [Physical recreation of high school students based on the use of sports and health tourism], *Kul'tura fizicheskaya i zdorov'e*, vol. 3 (63), pp. 52-54.

Novoselova, N.N., Batchaeva, S.H. and Batchaeva, A.H. (2018), "Razvitie lechebno-ozdorovitel'noj i turistsko-rekreatsionnoj klaster'noj politiki v regione Kavkazskih Mineral'nyh Vod" [Development of health-improving and tourist-recreational cluster policy in the region of Caucasian Mineral Waters], *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, vol. 2–1 (79), pp. 276–278.

Permskij kraj v tsifrah. (2020), "Kratkij statisticheskij sbornik/ Territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Permskomu krayu" [Perm Krai in numbers. 2020: A brief statistical Collection/ Territorial Body of the Federal State Statistics Service for the Perm Region], Perm', 194 p.

Podgornaya, A.S. (2017), "Struktura fizicheskoy podgotovki v sportivnom turizme (gruppa distsiplin «distsiya peshekhodnaya»)" [The structure of physical training in sports tourism (group of disciplines "walking distance")], *Kurorty. Servis. Turizm*, vol. 3-4 (36-37), pp. 164-168.

Rogaleva, L.N., Galysheva, S.M. and Shihov, A.V. (2020), "Transformatsiya motivov v protsesse zanyatiya sportivnym turizmom [Transformation of motives in the process of sports tourism], *Teoriya i praktika fizicheskoy kul'tury*, vol. 5, pp. 31-33.

Soboleva, S.YU. and Sobolev, A.V. (2018), "Klasternyj podkhod k formirovaniyu zon lechebno-ozdorovitel'nogo turizma" [Cluster approach to

the formation of health tourism zones], *Volgo-gradskij nauchno-meditsinskij zhurnal*, vol. 1 (57), pp. 7–10.

Shlee, I.P. (2019), "Uchet lichnostnyh osobennostej obuchayushchikhsya s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya dlya differentsiatsii podkhodov k ih obucheniyu" [Taking into account the personal characteristics of students with disabilities to differentiate approaches to their education], *Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom*, vol. 1 (33), pp. 6–12.

Zhukovskaya, I.F. and Ovchinnikov, A.YU. (2020), "K voprosu o sushchnosti sportivnogo turizma" [To the question of the essence of sports tourism], *Global'nyj nauchnyj potentsial*, vol. 2 (107), pp. 142-146.

Данные об авторе

Оборин Матвей Сергеевич, 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 ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; профессор кафедры менеджмента ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет им. ак. Д.Н. Прянишникова»

Information about the author

Matvey S. Oborin, Doctor of Economics, Professor of the Department of Economic Analysis and Statistics, Plekhanov Russian University of Economics, Perm branch; Professor of the Department of World and Regional Economy, the Economic Theory, Perm State National Research University; Professor of the Department of Management, Pryanishnikov State Agro-Technological University

Оригинальная статья
Original article

УДК 332.14+338.448

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-7

Онищенко Е. В.¹
Шарафутдинов В. Н.²

Актуальные вопросы разработки стратегии социально-экономического развития туристско-рекреационных регионов (на примере города-курорта Сочи)

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,
ул. Пластунская, 94, Сочи 354000, Россия

¹ e-mail: elon@list.ru

² e-mail: 398993@gmail.com

Статья поступила 23 мая 2022 г.; принята 16 июня 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.

Аннотация. Статья посвящена осмыслению проблем, возникающих в процессе разработки стратегий социально-экономического развития туристско-рекреационных регионов и муниципальных образований сквозь призму национальных целей развития Российской Федерации на период до 2030 года. На примере сравнительного анализа стратегий Анапы, Ялты, Новороссийска и Сочи особое внимание уделяется специфике курортных городов. Это необходимость полного пространственного анализа туристско-рекреационного потенциала территории в разрезе всех видов ресурсов, обеспечение их мониторинга в стратегической перспективе с целью устойчивого развития и соблюдения баланса интересов туристов и местных жителей; выход на комплексное видение регионального турпродукта и его структуры с целью возможного последующего форматирования с учётом внешних и внутренних факторов; многоотраслевой характер туристского сектора экономики, включающего более 50 отраслей и сфер; консолидация интересов, планов и действий всех собственников территории, без чего невозможно будет достигнуть поставленных стратегических целей и задач; важность закладываемых в стратегию флагманских проектов. Авторами делается вывод о том, что стратегирование территории в нынешних условиях невозможно без платформенного подхода и реализации концепции «умный город-курорт». При проведении исследования, наряду с общенаучными методами, применялись компаративный анализ, системный, междисциплинарный и структурно-функциональный подходы.

Ключевые слова: город-курорт Сочи; стратегия социально-экономического развития; туризм; туристско-рекреационный регион; умный город-курорт; экономика туризма

Для цитирования: Онищенко Е. В., Шарафутдинов В. Н. Актуальные вопросы разработки стратегии социально-экономического развития туристско-рекреационных регионов (на примере города-курорта Сочи) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 66-78. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-7

UDC 332.14 + 338.448

Elena V. Onishchenko ¹
Vladimir N. Sharafutdinov ²

Topical issues of developing a strategy for the socio-economic development of tourist and recreational regions (on the example of the resort city of Sochi)

Sochi State University,
94 Plastunskaya St., Sochi 354000, Russia

¹ e-mail: elon@list.ru

² e-mail: 398993@gmail.com

Abstract. The article is devoted to understanding the problems arising in the process of developing strategies for the socio-economic development of tourist and recreational regions and municipalities through the prism of the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030. Using the example of a comparative analysis of the strategies of Anapa, Yalta, Novorossiysk and Sochi, special attention is paid to the specifics of resort cities. This is the need for a complete spatial analysis of the tourist and recreational potential of the territory in the context of all types of resources, ensuring their monitoring in a strategic perspective with a view to sustainable development and maintaining a balance of interests of tourists and local residents; access to a comprehensive vision of regional tourism products and its structure for the purpose of possible subsequent formatting, taking into account external and internal factors; the diversified nature of the tourism sector of the economy; consolidation of interests, plans and actions of all owners of the territory. The authors conclude that the strategizing of the territory in the current conditions is impossible without a platform approach and the implementation of the concept of «smart resort city». In carrying out the research, along with general scientific methods, comparative analysis, systemic, interdisciplinary and structural-functional approaches were used.

Keywords: resort city of Sochi; strategy of social and economic development; tourism; tourist and recreational region; smart city resort; tourism economics

For citation: Onishchenko, E. V., Sharafutdinov, V. N. (2022), "Topical issues of developing a strategy for the socio-economic development of tourist and recreational regions (on the example of the resort city of Sochi)", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 66-78, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-7

Введение (Introduction). Из национальных целей развития Российской Федерации до 2030 года вытекают весьма важные задачи, на наш взгляд, прямым образом связанные с целевыми ориентирами развития туризма. Основная из них – это сохранение и наращивание человеческого потенциала. При этом важно отметить, что круг вопросов в этих задачах тесно связан с разработкой и реализацией стратегий социально-экономического развития туристско-

рекреационных регионов нашей страны, т.к. включает в себя не только сохранение и укрепление здоровья общества через управление процессом воспроизводства человеческого потенциала, но и обеспечение экономико-социального благополучия, духовного обогащения, самореализации каждой отдельно взятой личности и многое другое (Романова, 2022). Это прямо затрагивает темы, связанные с мерами по развитию туристско-рекреационного простран-

ства этих регионов, в которые в настоящее время ежегодно вовлекается уже более половины населения России. Поэтому вторая задача – это обеспечение устойчивого социально-экономического и экологического развития регионов России за счёт повышения рациональности и эффективности использования их туристско-рекреационного потенциала. И третья задача – это достижение «цифровой зрелости» и мирового технологического уровня индустрии туризма как одного из ключевых секторов экономики и социальной сферы.

Связанный с пандемией COVID-2019 кризис, а также сложившаяся ситуация на Украине, повлекшие значительные ограничения для российских туристов в путешествиях по миру, ещё больше обозначили ориентацию на развитие внутреннего и въездного туризма, повышение качества и конкурентоспособности отечественных туристских продуктов всех уровней и, прежде всего региональных турпродуктов (РТП), к которым относится «доля создаваемого и реализуемого валового регионального продукта (ВРП), производство которого в пространстве региона генерируется под воздействием туристского спроса со стороны всего турпотока» (Крым, 2017: 24).

Безусловно, все обозначенные выше задачи, в т.ч. вытекающие из Указа Президента РФ о необходимости совершенствования государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности (Указ, 2020), должны находить своё адекватное отражение вызовам времени, с которыми столкнулась современная Россия. При этом, как показывает мировой опыт стратегирования развития туризма в регионах (Bailoa, 2020; Hawa'I, 2020; Tompkins, 2021), в нём обязательным компонентом является разработка механизмов пространственного развития тех или иных территорий, особенно в условиях кризисов, ограниченности ресурсов, настоящего этапа технологического развития в мире и складывающейся геополитической ситуа-

ции. Последнее особенно важно, т.к. в результате серьёзных и очевидно долговременных геополитических и геоэкономических сдвигов неизбежно будут происходить крупномасштабные изменения в направлениях и объёмах отечественных и зарубежных туристских потоков. Это потребует крупномасштабных корректив в планах по созданию и реализации объёмов, структуры и разнообразия турпродуктовой линейки, подготовке и переподготовке кадров в туристском секторе, охватывающем в настоящее время более 50 отраслей и сфер современной экономики. И, само собой, должно отражаться в новых генеральных планах развития регионов как инструментах реализации наработанных стратегических замыслов.

Цель исследования (The aim of the work). Цель исследования – определение и фокусировка на актуальных вопросах разработки стратегии социально-экономического развития туристско-рекреационных регионов и курортных городов, отличающихся по своему функционалу, структуре экономики, особенностям системы управления.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Статья опирается на обобщённый анализ нормативно-законодательных актов РФ, касающихся содержания и регламента разработки социально-экономических стратегий на уровне федерации, региона и муниципалитетов; работы учёных, посвящённых проблематике стратегического планирования территорий (Сорокин, 2017; Булыгина, 2019; Матюнина, 2020 и др.); практический опыт прикладных исследований самих авторов в качестве экспертов при разработке и реализации Федеральных целевых и региональных программ социально-экономического развития регионов туристско-рекреационной специализации юга России (ФЦП «Социально-экономическое развитие города-курорта Сочи на период до 2010 года»; ФЦП «Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта (2006 – 2014 гг.)», «Схема территориального планиро-

вания Российской Федерации применительно к территориям Республики Крым и города Севастополя» (2014 г.), «Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края на период до 2030 г.», «Стратегия социально-экономического развития муниципального образования Городской округ город-курорт Сочи на период до 2030 г.» и др.). При проведении исследования применялись общенаучные методы, компаративный анализ, системный, междисциплинарный и структурно-функциональный подходы.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). В соответствии с требованиями к порядку разработки, утверждения и содержанию документов стратегического планирования, установленными ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», алгоритм разработки документов стратегического планирования и их содержание определяются: «на уровне субъекта РФ – органами государственной власти субъекта РФ, определенными в соответствии с Федеральным законом и законодательством субъекта РФ; на уровне муниципального образования – органами местного самоуправления, определенными в соответствии с муниципальными нормативными правовыми актами» (Федеральный закон, 2014).

Запущенный процесс разработки стратегий социально-экономического развития регионов страны, в т. ч. и юга России, обеспечивающих санаторно-курортными и туристскими услугами половину внутреннего туристского потока России, сегодня уже подходит к завершению, если говорить о периоде до 2030 г. Более того, почти все отечественные приморские города и курорты уже практически успели разработать и приступить к реализации собственных стратегий, активно привлекая консалтинговые компании и организации, специализирующиеся на этих задачах, например, Консорциум Леонтьевский центр – AV Group, разработавший во взаимодействии с властями многих регионов долговременные стратегии развития,

где туристско-курортному сектору регионов, как правило, отводится ключевая роль. При этом крупным курортным образованиям в настоящее время настоятельно предлагается агломерационная модель управления (Экономические зоны, 2022), которая, судя по мировому и отечественному опыту, способствует обеспечению долгосрочной востребованности туристских продуктов, устойчивости сохранения и использования природного, историко-архитектурного и культурного наследия, увеличению ВРП, развитию инфраструктуры и повышению благосостояния местного населения (Онищенко, 2020). Результаты сравнительного анализа стратегий социально-экономического развития до 2030 года прибрежных городов Анапа, Новороссийск и Ялта, представленные в таблице, позволяют нам сделать определённые заключения.

В стратегии социально-экономического развития городского округа Ялта разработчики наиболее полно и ответственно подошли к отражению туристско-курортной составляющей экономики данной агломерации, нежели в других городах, учитывая также тренды мирового рынка туристских услуг и действительно ориентируясь на сохранение и эффективность использования туристско-рекреационного потенциала территории. Стратегия является в определённой степени научно проработанной, а система обозначенных индикаторов, хотя и является, с нашей точки зрения недостаточно полной, но всё же максимально развёрнута на мониторинг существующих показателей, способных отразить реальное развитие туристской индустрии и устойчивость экосистемы городского округа Ялта.

Вместе с тем весьма важно отметить, что практически во всех стратегических документах развития отечественных курортных городов, на наш взгляд, пока отсутствуют показатели, которые призваны раскрыть своеобразие туристско-рекреационной сферы экономики регионов.

Таблица

Сравнительный анализ стратегий социально-экономического развития приморских городов России (составлено авторами)

Table

Comparative analysis of strategies for socio-economic development of Russian coastal cities (compiled by the authors)

Вид документа	Разработчик	Характерные особенности стратегии, отражающие туристско-курортный комплекс	Система индикаторов
Стратегия СЭР МО город-курорт Анапа до 2030 года (2019 г.)	Консорциум Леонтьевский центр – AV Group	Рассматривается в разделах 1.2.2 Диагностика экономического развития; 1.2.2.1 Курортно-туристский комплекс (6 стр.). Описана динамика отрасли за 5 лет, выделен агротуризм, обозначены конкурентные преимущества, ключевые проблемы, вызовы, тренды. В разделе 1.2.4 Анализ пространственного развития дано описание минералогических и бальнеологических ресурсов без данных. Используется Метод 7 SWOT. Выделены отраслевые стратегические приоритеты по видам туризма, обозначены стратегические цели и задачи. Количество флагманских проектов – 3.	Туристский поток по видам туризма; темп роста доходов предприятия; количество круглогодичных койко-мест; количество занятых.
Стратегия социально-экономического развития города Новороссийска до 2030 года (2019 г.)	Консорциум Леонтьевский центр – AV Group	Рассматривается в разделе 1.4.1.6. Санаторно-курортный и туристский комплекс (2,5 стр.). Описана динамика отрасли за 5 лет; выделены виды туризма, даны конкурентные преимущества, ключевые проблемы, вызовы, тренды. Туристско-рекреационные ресурсы не описаны. В стратегических целях и задачах выделены винный и гастрономический туризм, морской, деловой и спортивный туризм. Туристско-рекреационный кластер обозначен кластером умной экономики. Количество флагманских проектов – 3.	Количество туристов и экскурсантов, посетивших Абрау-Дюрсо; количество туристов, посетивших Новороссийск.
Стратегия социально-экономического	Администрация Ялты совместно с	В комплексном анализе дана общая характеристика СКК и туризма, но многообразие видов туризма в Большой Ялте идёт отдельным разделом. В целях и задачах выделены приоритеты:	Площадь ООПТ; разработка проектов зон охраны объектов культурного наследия, в % от общего

Вид документа	Разработчик	Характерные особенности стратегии, отражающие туристско-курортный комплекс	Система индикаторов
развития МО городской округ Ялта Республики Крым до 2030 г. (2018 г.)	Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	Приоритет 1. «Природа и экосистемы». Приоритет 2. «Город-курорт «Всероссийская здравница». Приоритет 3. «Научноемкая «зеленая» экономика». Приоритет 4. «Инфраструктура и агломерация». Приоритет 5. «Управление и гражданское общество». Приоритет 6. «Приморская территория». Даны медико-рекреационная характеристика курорта; представлены культурно-исторические памятники и памятники природы, цели и задачи по их сохранению и воспроизводству; ставятся задачи по снижению антропогенной нагрузки, перехода на зелёные стандарты, развития НИИ в сети санаторно-курортных и высокотехнологичных медицинских услуг. Планируется развитие Большой Ялты как единой экосистемы, внедрение системы индикаторов для целей отбора приоритетных инвестиционных проектов, основанной на принципе измерения комплексной (коммерческой, социальной, экологической и инфраструктурной) эффективности. Количество флагманских проектов – 16.	числа объектов культурного наследия; число туристов, остановившихся в КСР Большой Ялты; протяжённость пешеходных набережных, км; выброшено в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, тыс. т.; протяжённость велосипедных дорожек, км; протяжённость пляжей 1 категории, км; объём регулярных морских перевозок, в т. ч. между населёнными пунктами Большой Ялты и Краснодарского края.

Хотя они нередко уже являются не только ведущими в экономике этих регионов, но и являются по определению драйверами их социально-экономического развития, потому что воспроизводимые в них региональные турпродукты – это и есть основные каналы привлечения в их экономику финансовых потоков, генерируемых туристскими потоками в их экономическое пространство (Морфология, 2019). И что не менее существенно, нет пока и показателей воспроизводимых объёмов и структуры региональных турпродуктов, которые должны обеспечивать удовлетворение спроса со стороны вовлекаемых в эти курортные образования туристских потоков. Тем самым отаутся без должного внимания вопросы регулирования спроса и предложения на продукты, востребованные туристами в пространстве регионов как с точки зрения индивидуализированного спроса туристов, так и применительно к туристским и финансовым потокам в целом, которые планируется привлекать в предстоящее десятилетие.

Не останавливаясь на этом вопросе более подробно, здесь будет уместно отметить следующее. Практикуемое до сих пор в нашей стране стратегирование развития туристско-рекреационных регионов, их туристских секторов, охватывающих уже более 50 отраслей экономики, явно не вписывается в императивы регулирования современной рыночной экономики. Хотя потребность в этом весьма актуальна, т.к. без этого сегодня практически уже невозможно реально и эффективно управлять развитием экономики туристско-рекреационных регионов, особенно в условиях, когда туризм становится доминантой их социально-экономического развития. В частности, без вычленения доли региональных турпродуктов в ВРП остаётся вне регулирования соотношение РТП/ВРП, а это важнейшая тема гармонизации интересов туристов и местного населения в экономическом пространстве туристско-рекреационных регионов страны.

В этой связи имеет смысл обратить внимание на то, что тема природы курортной экономики на уровне регионов и её особенностей в значительной степени уже исследована (Татаринов, 1998), в т.ч. на примере сочинского курорта в рамках проведённого в 2003-2004 гг. эксперимента (Развитие, 2012). На наш взгляд, именно слабая статистическая видимость реалий курортной экономики является одной из главных причин серьёзного отставания отечественной туристской сферы от аналогичных сфер экономически высокоразвитых стран мира, т.к. хорошо управлять развитием любой сферы можно только в условиях адекватных замеров тех процессов, которые в ней происходят в тесной взаимосвязи со стратегированием целостного социально-экономического развития регионов туристско-рекреационной специализации. И значит нет гарантий того, что интересы этих сторон будут гармонизированы в процессе разработки и реализации стратегий развития такого рода регионов. То есть при таком подходе не исключено ущемление либо интересов туристов, либо местных жителей в те или иные периоды времени, если соотношение РТП/ВРП не будет оптимизироваться в намечаемых стратегируемых временных интервалах.

Кроме того, без вычленения в объёмах ВРП доли региональных турпродуктов, востребованных туристами, весьма затруднительна синхронизация деятельности отраслей экономики регионов, охватываемых туристским сектором, часть продукции которых оказывается одновременно востребованной как туристами, так и местным населением в определённых соотношениях в различные периоды года. А это относится практически ко всем отраслям экономики туристско-рекреационных регионов, начиная с отраслей ЖКХ, транспорта, связи, банковского сектора, торговли, общественного питания, здравоохранения, культуры и др., и заканчивая гостиничным и курортным сектором. Причём многие составляющие экономического и

туристского пространства и их параметров должны закладываться в основы расчётов экологической и рекреационной ёмкости регионов, что весьма существенно для разработки градостроительного обеспечения реализации намечаемых стратегий развития, т.е. для ключевых разделов новых генеральных планов (демография, транспорт, инфраструктура, социальная сфера, экология и др.). Без этого трудно рассчитывать на то, что намечаемые стратегические задачи на практике будут выполняться.

Продолжая исследование процесса стратегического планирования курортных городов юга России отметим, что город Сочи приступил к разработке своей стратегии одним из последних среди причерноморских курортов нашей страны, несмотря на то, что, практически, является их лидером, бывшей олимпийской столицей. При этом разработчики стратегии Сочи столкнулись с определёнными сложностями и проблемами, характерными не только для этого города-курорта, но и других муниципалитетов, прежде всего в связи с наличием огромного информационного и кадрового дефицита для полноценной проработки туристско-рекреационных разделов как стратегий, так и генеральных планов. Обнажились и другие вопросы, связанные с состоянием городских хозяйств курортов и формированием общего видения своего стратегического вектора развития.

В частности, в Сочи одной из сложных проблем разработки стратегии является то, что в экономическом пространстве сочинского муниципального образования 90% всех активов находится в собственности различных федеральных структур и крупнейших бизнес-структур страны и зарубежья. Понятно, что в условиях, когда на долю муниципального образования приходится менее 10% реальных экономических активов (в основном, школы, детские сады, некоторые организации здравоохранения, торговли, общепита, местной промышленности и др.), реально и эффективно управлять стратегическим социаль-

но-экономическим развитием региона весьма затруднительно. Особенно если на определённых этапах развития, как показал диагностический этап при разработке стратегии развития Сочи, образовались серьёзные пространственные, инфраструктурные диспропорции или «перекосы», связанные с неравномерным развитием районов города, хаотичной жилищной застройкой и его комплексным социальным обеспечением, различным уровнем благоустройства сельских округов и городских районных образований в пространстве всего сочинского муниципалитета. Все эти обстоятельства выпукло характеризует сложность процесса стратегирования развития Сочи только силами и в рамках компетенций руководства муниципалитета и местного населения, т.к. результативность этой работы в значительной степени зависит от учёта стратегических и тактических интересов федеральных и транснациональных структур в пространстве региона Большой Сочи.

С другой стороны, в материалах первого (диагностического) и второго этапов разработки стратегии дан общий анализ ситуации и основных подходов к развитию туристского и санаторно-курортного комплекса города Сочи, но на наш взгляд, пока не совсем полно отражены реальные проблемы, образовавшиеся к настоящему этапу развития Сочи как федерального города-курорта. Прежде всего это относится к слабому акцентированию на выраженной в постолимпийский период негативной тенденции практического угасания его курортного потенциала, в т. ч. в результате значительного сокращения с 2005 по 2020 гг. численности коечной ёмкости и количества специализированных средств размещения (санаторно-курортных учреждений, организаций отдыха, турбаз) Сочи на 34,3% (Курортно-туристский комплекс, 2021; Федеральная служба, 2022), что весьма нехарактерно для всего почти двухвекового функционирования последовательно формирующейся сочинской курортной агломерации. Причём всё это

происходит на фоне постоянного кадрового дефицита (особенно медперсонала), а также неуклонно нарастающего дефицита оборудованных пляжных территорий, востребованных как местным населением, так и туристами.

Поэтому в процессе разработки третьего этапа стратегии и сопряжённого с ним нового генерального плана развития Сочи, на наш взгляд, во-первых, должна быть в полном объёме поставлена задача повышения роли туристско-курортного комплекса Сочи в обеспечении сохранения, развития и наращивания человеческого потенциала страны и её полноценного градостроительного обеспечения. В настоящих условиях развития России это особенно актуально, т.к. хорошо известна роль курортов в увеличении продолжительности жизни населения, сокращении его затрат на медицинские услуги после пребывания на курорте, сокращении сроков пребывания на больничных работающего населения, укреплении иммунитета, физического и духовного здоровья в результате создания и реализации, особенно, высокотехнологичных лечебно-оздоровительных турпродуктов, развития медицинского туризма и др.

Во-вторых, должна быть сформулирована такая актуальная в настоящих условиях задача, как значительное повышение роли культурно-исторического туризма, способного сохранять, раскрывать и наращивать цивилизационный потенциал страны посредством так называемой «мягкой силы» туризма (Шарафутдинов, 2017), по параметрам которой мы нередко серьёзно уступаем некоторым современным цивилизационным образованиям.

Кстати, все обозначенные выше проблемы и задачи по развитию Сочи в стратегической перспективе логично нашли своё отражение в заделах первого, второго и третьего этапов разработки стратегии курорта в части сформированного стейкхолдерами образа будущего города, его стратегической цели развития и миссии. Так, образ будущего города Сочи 2030

представлен в виде круглогодичного курорта-экополиса мирового уровня с высокой культурой сервиса и досуга, сохраняющего и наращивающего свои культурно-исторические особенности и ценности. Определённая главная стратегическая цель – это сохранение, усиление и эффективное использование потенциала города Сочи как глобально конкурентоспособного круглогодичного инновационного туристско-курортного центра, обеспечивающего широкие возможности для комфортного и эффективного отдыха, духовного и физического оздоровления и проживания. Сформулированная миссия курорта – сохранение и развитие человеческого потенциала населения страны и зарубежных гостей. Выделенные направления развития города Сочи для проработки флагманских проектов: природа – социум – туризм – пространство. Остаётся надеяться, что в итоговом документе стратегии данные смыслы сохранятся и действительно в последующие годы будут реализовываться.

Следует также отметить, что на завершающем этапе разработки стратегии развития города-курорта Сочи первостепенное внимание стоит уделить такому вопросу, как «умный город-курорт», учитывая стремительный переход мировой экономики на современный этап цифровизации. Причём ориентируясь не только на информатизацию и цифровизацию функций действующей сегодня муниципальной системы управления (регулирование автомобильного транспорта и деятельности автостоянок, освещение городского пространства, функционирование ЖКХ, мониторинг состояния безопасности и др.), но и обязательно полномасштабно охватывая деятельность всего туристско-рекреационного сектора экономики курорта. И, прежде всего, в отношении определения параметров воспроизводства востребованных в предстоящее десятилетие объёмов региональных туристских продуктов в составе ВРП по всем направлениям туризма, которые явно будут нарастать в соответствии с увеличением турпотоков в

Сочи, а также ростом численности населения города-курорта, тем самым оказывая положительное влияние на уровень конкурентоспособности сочинского турпродукта и туристскую привлекательность Сочи.

Заключение (Conclusions). Подводя итоги, выделим основные положения данной статьи.

1. В современной теории и практике развития регионов сложились различные методологические подходы к разработке стратегий на муниципальном уровне, но каждая территория самостоятельно определяет как структуру, так и используемые методики для разработки стратегий. Специально разработанной методики для курортных городов нет, хотя в их стратегии развития, на наш взгляд, обязательно должны закладываться параметры по удовлетворению спроса как местных жителей, так и туристов, причём по всем отраслям и сферам экономики.

2. Основные проблемы, с которыми сталкиваются разработчики стратегий приморских городов – это невысокий уровень информационного обеспечения и статистической видимости экономики туристско-рекреационных регионов, особенно курортных городов и районов. Прежде всего в отношении имеющейся туристско-ресурсной базы, мониторинга её состояния во взаимосвязи с современными технологиями их преобразования в востребованные и высоко конкурентные турпродукты любых уровней и масштабов. Эти вопросы являются ключевыми в процессе управления воспроизводством и формированием продуктовых портфелей, способных удовлетворять всё более индивидуализирующийся спрос со стороны современных турпотоков, наполняя при этом содержание основных флагманских проектов стратегий развития туристско-рекреационных регионов и раскрывая стратегические перспективы их развития.

3. В процессе разработки стратегий курортных городов всё более актуальным становится пространственный подход, нацеленный на обязательное повышение эффек-

тивности использования всех видов туристско-рекреационных ресурсов, причём исследованных по всем районам того или иного курорта. Применительно к Сочи без полноценного представления о ресурсной базе курорта, системы её мониторинга и эффективности её использования стратегия может оказаться впоследствии практически невосребованной, а сам процесс устойчивого воспроизводства сочинского турпродукта может оказаться под вопросом.

4. На настоящем этапе жизнедеятельности города Сочи явно наблюдаются весьма тревожные тенденции, свидетельствующие, с одной стороны, об угасании его курортного потенциала в постсоветский период, а, с другой, о нарастающих признаках снижения стратегической управляемости сочинского муниципалитета как курорта федерального уровня. Эти оценки, не сглаживающие общую ситуацию в развитии Сочи, на наш взгляд, принципиально важны. Прежде всего для выработки адекватной стратегии развития Сочи и нового генерального плана как реального и практического инструмента её реализации. Необходима научно обоснованная система управления развитием туризма в городе-курорте, заложенная, как показывает мировой опыт, в агломерационную модель управления.

5. Стратегирование территории – это процесс постоянный, который является сложнейшей не только нормативно-законодательной, управленческой, но и сложной системной технологической задачей, требующей современного платформенного подхода и оцифровки всей ресурсной базы. По нашему мнению, развитие концепции «умный город-курорт» в настоящее время в обязательном порядке предполагает создание туристской технологической платформы, способной обеспечивать не просто устойчивое воспроизводство высокотехнологичного и высококонкурентного регионального туристского продукта, но и одновременно обеспечивать реализацию всех основных стратегических целей и выполнение миссии Сочи как ве-

дущего курорта страны, способного вносить свой вклад в сохранение и развитие человеческого потенциала современной России. При этом под туристской технологической платформой мы понимаем объединение представителей государства, бизнеса, науки и образования с целью определения направлений технологических прорывов в сфере туризма на основе общего видения трендов научно-технического и технологического развития и формирования общих подходов к созданию региональных, страновых, международных туристских продуктов соответствующими туристскими секторами экономики.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00530 А.

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

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

Список литературы

Булыгина И. И., Булыгина Н. И. Стратегическое планирование развития туризма в регионе: постфактум // Стратегии и современные тренды регионального туризма и гостеприимства. Мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. М.: ООО «Русайнс», 2019. С. 73-96.

Крым: новый вектор развития туризма в России: монография / Шарафутдинов В. Н., Яковенко И. М., Позаченюк Е. А., Онищенко Е. В.; под ред. Шарафутдинова В.Н. М.: ИН-ФРА-М, 2017. – 364 с. + Доп. материалы. URL: <http://www.znaniyum.com>.

Курортно-туристский комплекс Краснодарского края. Статистический сборник / Краснодарстат. Краснодар, 2021. – 122 с.

Матюнина М. В., Тимиргалеева Р. Р., Фастунова В. А. Глава 6. Теоретико-методологические аспекты регионального планирования развития туризма // Развитие туристских дестинаций: модели, методы, инструменты: Монография / Тимиргалеева Р. Р., Гришин И. Ю., Матюнина М. В., Шостак М. А., Фастунова В. А. Майкоп, 2020. С. 196-273.

Морфология экономического пространства региона: Монография / Под ред. Овчинникова В. Н., Колесникова Ю. С. Ростов н/Д: Изд-во «Содействие – XXI век, 2019. – 203 с.

Онищенко Е. В. Преимущества и особенности развития приморских туристских и курортных агломераций: анализ мирового опыта // Региональная экономика. Юг России. 2020. Т.8. № 2. С. 55–66. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2020.2.6>.

Развитие рекреационно-ориентированного сектора экономики России / Амирханов М. М., Татаринов А. А., Трусков А. Д. и др.; под науч. ред. Амирханова М. М.; СНИЦ РАН. Сочи, 2012. – 449 с.

Романова Г. М., Онищенко Е. В. Отечественная туриндустрия в системе устойчивого развития туристских территорий России: проблемы и противоречия в условиях цифровизации // Естественно-гуманитарные исследования. 2022. №39 (1). С. 275-290. DOI: 10.24412/2309-4788-2022-1-39-275-22.

Татаринов А. А. Методология статистической оценки и анализа развития рекреационно-туристических регионов: Дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.11. М., 1998. – 325 с.

Указ Президента Российской Федерации от 05.06.2020 г. №372 «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45581> (дата обращения: 22.05.2022).

Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» URL: http://media.rsp.ru/document/1/d/f/df0d7ac82fc42c54bdd01bfe58baa_aeb.pdf (дата обращения: 22.05.2022).

Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 22.05.2022).

Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 г. №172-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (дата обращения: 22.05.2022).

Шарафутдинов В. Н., Онищенко Е. В. «Мягкая сила» туризма. // Социально-гуманитарные проблемы современности: сб. науч. трудов по мат-лам Междун. науч.-практ. конф. 30 сент. 2017 г.: в 5 ч. / Под общ. ред.

Ткачевой Е. П. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2017. Ч. II. С. 145-150.

Экономические зоны // Стратегический портал Краснодарского края. URL: <https://kuban.lc-av.ru/economic-zones/> (дата обращения: 22.05.2022).

Bailoa S., Cravo P. Strategic tourism planning in Portugal: challenges for the national tourism development // Zbornik Veleučilišta u Rijeci. 2020. Vol. 8. No. 1. P. 353-374. URL: <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.23> (дата обращения: 22.05.2022).

Hawa'i tourism authority. HawaiiTourismAuthority.org. Strategic plan 2020-2025. Honolulu, Hawai. 36 pages. URL: <https://www.hawaii tourism authority.org/media/4286/hta-strategic-plan-2020-2025.pdf> (дата обращения: 22.05.2022).

Sharafutdinov V. N., Onishchenko E. V., Nakonechnyi A. I. Tourism Technology Platforms as a Tool for Supporting Competitiveness of Regional Tourism Products // Regional Research of Russia. 2020. Vol. 10, No. 1. P. 48-55. URL: <https://doi.org/10.1134/S2079970520010104> (дата обращения: 22.05.2022).

The application of technology platforms in smart tourism development. URL: <https://digital.fpt.com.vn/en/industries/province-public-sector/the-application-of-technology-platforms-in-smart-tourism-development.html> (дата обращения: 22.05.2022).

Tompkins County Strategic Tourism Plan. Third Edition: 2021-2027. Tompkins, Arisona, USA. 43 pages. URL: <https://tompkinscountyny.gov/files2/tourism/Plans/Strategic%20Tourism%20Plan%202021-2027.pdf> (дата обращения: 22.05.2022).

References

Amirkhanov, M. M., Tatarinov, A. A. and Trusov, A.D. (2012), *Razvitie rekreatsionno-orientirovannogo sektora ekonomiki Rossii* [Development of the recreation-oriented sector of the Russian economy], in Amirkhanov, M. M. (ed), SRS RAS, Sochi, Russia.

Bailoa, S. and Cravo, P. (2020), "Strategic tourism planning in Portugal: challenges for the national tourism development", *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 8 (1), pp. 353-374, <https://doi.org/10.31784/zvr.8.1.23>, in English.

Bulygina, I. I. and Bulygina, N. I. (2019), "Strategic planning of tourism development in the

region: post factum", *Strategii i sovremennye trendy regional'nogo turizma i gostepriimstva* [Strategies and modern trends of regional tourism and hospitality], LLC, Moscow, Russia, pp. 73-96.

Decree of the President of the Russian Federation No. 372 dated 05.06.2020 (2020), "On improving public administration in the field of tourism and tourism activities" [Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federatsii ot 05.06.2020 g. № 372 O sovershenstvovanii gosudarstvennogo upravleniya v sfere turizma i turistskoj deyatel'nosti], available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45581> (Accessed 22 May 2022).

Decree of the President of the Russian Federation No. 474 dated 21.07.2020 (2020), "On National Development Goals of the Russian Federation for the period up to 2030" [Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federatsii ot 21 iyulya 2020 g. №474 "O nacional'nyh celyah razvitiya Rossijskoj Federatsii na period do 2030 goda"], [Online], available at: <http://media.rspp.ru/document/1/d/f/df0d7ac82fc42c54bdd01bfe58baaaeb.pdf> (Accessed: 22 May 2022).

Economic zones. Strategic portal of Краснодар Krai (2022), [Online], available at: <https://kuban.lc-av.ru/economic-zones/> (Accessed: 22 May 2022).

Federal Law "On Strategic Planning in the Russian Federation" (2014), dated 06.28.2014 No. 172-FZ (latest edition) [Federal'nyj zakon «O strategicheskom planirovanii v Rossijskoj Federatsii» ot 28.06.2014 № 172-FZ (poslednyaya redakciya)], [Online], available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/ (accessed:22.05.2022).

Federal State Statistics Service. Official website, [Online], available at: <https://rosstat.gov.ru> (Accessed: 22 May 2022).

Hawa'i tourism authority. HawaiiTourismAuthority.org. Strategic plan 2020-2025 (2020), Honolulu, Hawai, [Online], available at: <https://www.hawaii tourism authority.org/media/4286/hta-strategic-plan-2020-2025.pdf> (accessed: 05.22.2022), in English.

Matyunina, M. V., Timirgaleeva, R. R. and Fastunova V. A. (2020), Chapter 6. Theoretical and methodological aspects of regional planning of tourism development, *Development of tourist destinations: models, methods, tools*, Maykop, Russia, pp.196-273.

Morphology of the economic space of the region: Monograph (2019), [Morfologiya ekonomicheskogo prostranstva regiona: Monografiya], in Ovchinnikov, V. N., Kolesnikov, Y. S. (ed), Publishing house "Assistance – XXI century", Rostov on Don, Russia.

Onishchenko, E. V. (2020), "Advantages and features of the development of seaside tourist and resort agglomerations: analysis of world experience", *Regional economy. South of Russia*, 8 (2), pp. 55-66. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2020.2.6>

Romanova, G. M. and Onishchenko, E. V. (2022), "Domestic tourism industry in the system of sustainable development of tourist territories of Russia: problems and contradictions in the conditions of digitalization", *Natural sciences and humanities research*, 39 (1), pp. 275-290, DOI: 10.24412/2309-4788-2022-1-39-275-22.

Sharafutdinov, V. N. and Onishchenko, E. V. (2017), "Soft power" of tourism, *Socio-humanitarian problems of modernity: collection of scientific works on the International Scientific and Practical Conference on September 30, 2017*, LLC Agency for Advanced Scientific Research (APNI), Belgorod, Russia, P. II, pp.145-150.

Sharafutdinov, V. N., Onishchenko, E. V. and Nakonechnyi, A. I. (2020), "Tourism Technology Platforms as a Tool for Supporting Competitiveness of Regional Tourism Products", *Regional Research of Russia*, 10 (1), pp. 48-55, <https://doi.org/10.1134/S2079970520010104>, in English.

Sharafutdinov, V. N., Yakovenko, I. M., Pozachenjuk, E. A. and Onishchenko, E. V. (2017), *Krym: novyy vektor razvitiya turizma v Rossii: monografiya*, [Crimea: a new vector of tourism development in Russia], in . Sharafutdinov,

V. N. (ed), INFRA-M, Moscow, Russia, additional materials, available at: <http://www.znaniy.com>.

Tatarinov, A. A. (1998), "Methodology of statistical assessment and analysis of the development of recreational and tourist regions", Dis. ... Doctor of Economics: 08.00.11, Moscow, Russia.

The application of technology platforms in smart tourism development (2022), [Online], available at: <https://digital.fpt.com.vn/en/industries/province-public-sector/the-application-of-technology-platforms-in-smart-tourism-development.html> (Accessed: 22 May 2022), in English.

The resort and tourist complex of the Krasnodar Territory. Statistical collection (2021), Krasnodarstat. Krasnodar, Russia.

Tompkins County Strategic Tourism Plan (2021), Third Edition: 2021-2027. Tompkins, Arizona, USA, [Online], available at: <https://tompkinscountyny.gov/files2/tourism/Plans/Strategic%20Tourism%20Plan%202021-2027.pdf> (Accessed: 22 May 2022), in English.

Данные об авторах

Онищенко Елена Васильевна, кандидат экономических наук, заместитель директора научно-образовательной библиотеки, старший научный сотрудник

Шарафутдинов Владимир Насибуллович, кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник

Information about the authors

Elena V. Onishchenko, Candidate of Economic Sciences, Deputy Director of the Scientific and Educational Library, Senior Researcher

Vladimir N. Sharafutdinov, Candidate of Economic Sciences, Leading Researcher

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-8

Платов А. В.¹
Литвинова О.И.²

Туристская инфраструктура как основа
устойчивого развития дестинаций

Московский государственный университет спорта и туризма,
ул. Кировоградская, 21, стр. 1, Москва 117519, Россия

¹ e-mail: aplatov@yandex.ru

² e-mail: o.litvinova@mail.ru

Статья поступила 14 марта 2022 г.; принята 14 апреля 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.

Аннотация. Глобализация и цифровизации экономики требуют транзита туристской индустрии к принципам устойчивого развития. Важнейшим элементом устойчивого развития туризма является его инфраструктурная модель. Состав туристской инфраструктуры обширен и связан со всеми элементами дестинации, обеспечивающими и стимулирующими развитие туризма. Поэтому объекты региональной инфраструктуры могут рассматриваться как элементы туристской инфраструктуры. Концепция устойчивого развития определяет вектор исследований в области туристской инфраструктуры. Представленное исследование нацелено на выявление вклада социальных, экономических и экологических элементов туристской инфраструктуры в устойчивое развитие туристской дестинации. В исследовании использован количественный подход на базе метода IPA (анализ «важность – исполнение»). Интерес измерялся путем сравнения уровня ожиданий и уровня исполнения. Эмпирическая часть исследования заключалась в проведении онлайн-опроса туристов и стейкхолдеров туристской отрасли в Москве, Санкт-Петербурге и Казани как ведущих туристских дестинациях страны. Результаты свидетельствуют об высокой оценке туристской инфраструктуры в целом обеими группами респондентов. Респонденты указали на высокую важность и качество около 70% выбранных основных инфраструктурных элементов. При этом по отдельным группам инфраструктуры выявляется несогласованность мнений групп респондентов. Инфраструктура выступает базовым фактором обеспечения устойчивого социально-экономического развития и конкурентоспособности туристских дестинаций.

Ключевые слова: устойчивость; инфраструктура; туризм; дестинация

Для цитирования: Платов А. В., Литвинова О.И. Туристская инфраструктура как основа устойчивого развития дестинаций // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 79-93. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-8

UDC 338.48

Alexey V. Platov¹
Olga I. Litvinova²

**Tourist infrastructure as the basis for sustainable
development of the destination**

Moscow State University of Sport and Tourism,
bld. 1, 21 Kirovogradskaya St., Moscow 117519, Russia

¹ e-mail: aplatov@yandex.ru

² e-mail: o.litvinova@mail.ru

Abstract. Globalization and digitalization of the economy requires the transit of the tourism industry to the principles of sustainable development. The most important element of the sustainable development of tourism is its infrastructural model. The composition of the tourist infrastructure is extensive and is associated with all the elements of the destination that provide and stimulate the development of tourism. Therefore, objects of regional infrastructure can be considered as elements of tourism infrastructure. The concept of sustainable development determines the vector of research in the field of tourism infrastructure. The presented study is aimed at identifying the contribution of social, economic and environmental elements of the tourism infrastructure to the sustainable development of the tourism destination. The study used a quantitative approach based on the IPA method (importance-performance analysis). Interest was measured by comparing the level of expectations and the level of performance. The empirical part of the study consisted in conducting an online survey of tourists and stakeholders of the tourism industry in Moscow, St. Petersburg and Kazan, as the country's leading tourist destinations. The results indicate a high assessment of the tourism infrastructure in general by both groups of respondents. Respondents indicated the high importance and current quality of about 70% of the selected key infrastructure elements. At the same time, inconsistency of opinions of groups of respondents is revealed for certain groups of infrastructure. Infrastructure is a basic factor in ensuring sustainable socio-economic development and competitiveness of tourist destinations.

Keywords: sustainability; infrastructure; tourism; destination

For citation: Platov, A. V., Litvinova, O. I. (2022), "Tourist infrastructure as the basis for sustainable development of the destination", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 79-93, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-8

Введение (Introduction). Базовым подходом к развитию туристских направлений в сложившихся условиях должна стать концепция комплексного развития инфраструктуры, транспорта и достопримечательностей, которыми располагает регион. Среди современных концепций развития туризма центральное место занимает теория устойчивого развития. В условиях глобализации и цифровизации экономики и социума становится очевидной необходимость транзита туристской индустрии к принципам устойчивого развития. Таким

образом, для создания успешной и конкурентоспособной туристской дестинации следует прилагать определённые усилия по выстраиванию её инфраструктуры на базе главной идеи туристского продукта данной территории.

Для туристской дестинации инфраструктура является необходимым ресурсом, имеющим не меньшее значение, чем природные и культурные аттракции. Инфраструктура туристской дестинации должна быть развитой и соответствовать ожиданиям туристов. Эти ожидания могут

служить одним из индикаторов в процедуре оценки готовности инфраструктуры туристской дестинации (Slashchuk and Bernadska, 2019).

Устойчивое развитие туризма может быть достигнуто, если уровень использования различных ресурсов не выходит за рамки способности этих ресурсов к регенерации. Принципами устойчивого развития туризма являются поддержание качества окружающей среды, обеспечение пользы для местного сообщества и туристов, сохранение гармонии между местным населением и окружающей средой и совместная работа стейкхолдеров по выработке стратегии устойчивого развития.

Целью устойчивого туризма является улучшение благосостояния общества, экономики и здоровья населения. Устойчивость туризма не должна ограничиваться только дискуссиями. Необходимо наличие обязательств со стороны стейкхолдеров поддерживать природную, социально-экономическую и культурную устойчивость общества как основного капитала туризма.

Таким образом, устойчивое развитие туризма можно рассматривать в трех аспектах: экологическом, экономическом и социальном.

Эти три аспекта должны привлекать серьезное внимание со стороны общества, бизнеса и государства. Природная и сельскохозяйственная среда должна поддерживаться и сохраняться. При этом с экономической и социокультурной точек зрения туризм должен иметь возможность вносить вклад в развитие местного общества, повышать уровень его жизни и сохранять его, чтобы у людей были веские основания для поддержания устойчивости туризма (Amerta, Sara and Bagiada, 2018).

Сегодня пределы понятия «туристская инфраструктура» очень нечетки, поскольку нет общепринятого определения единой системы важнейших признаков, изолирующих рассматриваемый объект от всех аналогичных. Зачастую туристская инфраструктура является синонимом всей

туристской отрасли, рекреационная инфраструктура выступает в качестве материально-технической базы туризма. Данная неопределенность не позволяет понимать суть туристской инфраструктуры как базы развития отрасли и региональной экономики в целом.

Одной из основных причин сложности определения туристической инфраструктуры является то, что туризм является неоднородной отраслью (Dwyer, 2010). В литературе предлагаются различные подходы к понятию туристской инфраструктуры. В широком смысле туристская инфраструктура охватывает физические, правовые, экологические и психологические факторы, способствующие тому, чтобы туристский продукт доставлял удовольствие, был надежным и устойчивым (Khadaroo and Seetanah, 2016). Хансен, как и Мера, рассматривает инфраструктуру как совокупность экономических и социальных накладных расходов (Hansen, 1965; Mera, 1973). Инфраструктура в основном ориентирована на формирование предпосылок для развития, а рекреационные объекты являются факторами улучшения повседневной жизни. Они должны быть доступны каждый день и обслуживать местное население и посетителей (Bell, 2007; Lewinson, 2001). Инфраструктура туризма обширна и связана со всеми элементами дестинации, которые поддерживают и стимулируют развитие туризма (Swarbrooke and Horner, 2001). Следовательно, различные объекты региональной инфраструктуры и рекреации можно рассматривать как элементы инфраструктуры туризма. Ломанн и Нетто включили в нее те объекты, которые туристы используют, покидая место жительства, добираясь до места назначения и возвращаясь домой (Lohmann and Netto, 2017).

Состояние инфраструктуры оказывает сильное влияние на конкурентоспособность дестинации (Murphy, 2000), эффективность ее производства и распределения туристических услуг, а в ряде случаев определяет и саму возможность предостав-

ления туристических услуг (Sakai, 2006). Появление концепции устойчивого развития оказало большое влияние на направление исследований в области инфраструктуры туризма. Исследователи проявили интерес к взаимосвязи между состоянием транспортной инфраструктуры и развитием туризма (Albalade, 2017; Rehman Khan, 2017). Было изучено влияние на устойчивость таких элементов инфраструктуры, как велосипедные дорожки и пешеходные маршруты (Deenihan and Caulfield, 2015; Olafsdottir and Runnstrom, 2013). Результаты достоверно продемонстрировали наличие влияния состояния объектов на поддержание устойчивости. Эмпирические исследования в Хорватии показали статистически значимую корреляцию между уровнем развития туризма и состоянием туристической инфраструктуры (Mandić, Mrnjavac and Kordić, 2018).

Государственное и муниципальное управление туристской инфраструктурой в основном зависит от места туристской индустрии в общей экономической системе региона (Платов, 2021). В некоторых странах укрепление туристского сектора в сельских и городских регионах привело к тому, что приоритетное внимание было уделено развитию и совершенствованию жесткой инфраструктуры (материальные объекты), в то время как мягкая инфраструктура (человеческие ресурсы) осталась недостаточно развитой (Thapa, 2012). С экономической точки зрения вмешательство государства и государственные инвестиции оправданы в ситуации, когда частный бизнес не в состоянии формировать туристскую инфраструктуру. Инфраструктура может создаваться и поддерживаться государственным или частным сектором, что определяется внутренней экономической и социальной политикой.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является определение значимости различных элементов туристской инфраструктуры крупнейших российских мегаполисов с точки зре-

ния туристов и стейкхолдеров туристской индустрии.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Теоретической базой исследования стали фундаментальные и прикладные работы в сфере теории устойчивого развития региональных социально-экономических систем, анализа и оценки степени устойчивости территорий. В ходе исследования использовались современные теории устойчивого развития и менеджмента туристских дестинаций.

Для достижения поставленной цели использовались общенаучные и конкретно-научные методы исследования. Их применение позволило обеспечить обоснованность и достоверность выводов и предложений.

Города Москва, Санкт-Петербург и Казань были выбраны для исследования как признанные центры международного и российского туризма. Эмпирическая часть исследования была реализована с использованием метода опроса.

С целью выявления единства взглядов или разногласий опрос проводился среди потребителей и стейкхолдеров туристской индустрии.

700 анкет было разослано посредством электронной почты туристам, посетившим указанные города. Опрос проводился в течении 2021 года. В рамках данного исследования было получено 297 полностью заполненных анкет.

Выборка стейкхолдеров состояла из 29 респондентов, которые представляли два типа деятельности в сфере туризма:

активные предприниматели в сфере туризма ($N = 19$);

представители органов местного самоуправления, уполномоченные представлять сферу туризма ($N = 12$).

В ходе исследования был применен количественный подход на базе метода IPA (анализ «важность – исполнение») (Eskildsen and Kristensen, 2006). Суть методики заключается в измерении уровня заинтересованности людей в деятельности других групп. Интерес измерялся методом

сравнения уровня ожиданий и уровня исполнения. Оценка средних баллов по критериям «важность» и «исполнение» производилась по пятибалльной шкале Лайкерта: 0–1,5 – «совсем не интересует», 1,6–2,5 – «несущественно», 2,6–3,5 – «безразлично», 3,6–4,5 – «интересует», 4,6–5,0 – «сильно заинтересован» и 0–1,5 – «полностью неудовлетворен», 1,6–2,5 – «неудовлетворен», 2,6–3,5 – «отчасти удовлетворен», 3,6–4,5 – «удовлетворен», 3,6–4,5 – «глубоко удовлетворен».

На завершающей фазе средние значения баллов вносятся в матрицу для проведения анализа. В основе матрицы прямоугольные оси координат «важность» и «исполнение», разделяющие поле на четыре квадрата: (2) «успешный результат», (4) «потенциальная переоценка», (3) «низкий приоритет» и (1) «сконцентрироваться на этом».

Квадрат «успешный результат» выделяет такие атрибуты объекта, которые интересны потребителям и которые вызывают у них удовлетворение. Туристский

бизнес должен удерживать данное достижение. Квадрат «потенциальная переоценка» указывает на вероятный расход сверх меры ресурсов на такие атрибуты объекта, которые несущественны для потребителей и не оказывают заметного влияния на их поведение. Поле «низкий приоритет» указывает на те атрибуты объекта, которым не хватает ресурсов и внимания. На эти атрибуты не следует затрачивать значительные средства, так как для потребителей они тоже не слишком важны. Квадрат «сконцентрироваться на этом» фиксирует атрибуты, имеющие проблемы. Они имеют большое значение для потребителей и серьезно влияют на их поведение, однако им также не хватает внимания и ресурсов.

Данный метод обладает простотой, его результаты весьма иллюстративны, что определяет его привлекательность для использования.

Для оценки респондентами в анкете были представлены основные группы объектов туристской инфраструктуры (таблица 1).

Таблица 1

Основные группы объектов туристской инфраструктуры

Table 1

The main groups of objects of tourist infrastructure

Основные группы объектов туристской инфраструктуры	Состав группы
Транспортное обеспечение	(1) аэропорт
	(2) железнодорожные и автовокзалы
	(3) развитая и доступная сеть общественного транспорта
	(4) такси
	(5) аренда автомашины
	(6) паркинги для автомашин
	(7) качественная сеть дорог
	(8) объекты автосервиса
	(9) кемпинги
	(10) благоустроенные площадки для туристских автобусов
Средства размещения	(11) гостиницы 4-5 звезд
	(12) гостиницы 1-3 звезды
	(13) хостелы
	(14) дома/базы отдыха
	(15) индивидуальные жилые дома
	(16) арендуемые квартиры и апартаменты

Основные группы объектов туристской инфраструктуры	Состав группы
Общественное питание	(17) рестораны и кафе
	(18) столовые
	(19) предприятия быстрого обслуживания
	(20) уличные киоски
Бытовое, медицинское и финансовое обслуживание	(21) торговые центры
	(22) супермаркеты
	(23) небольшие магазины товаров повседневного спроса
	(24) рынки
	(25) химчистки и прачечные
	(26) парикмахерские
	(27) ремонтные мастерские
	(28) медицинские центры
	(29) банки
	(30) банкоматы
	(31) пункты обмена валюты
Организация досуга и развлечений	(32) музеи
	(33) театры
	(34) художественные галереи
	(35) спортивные объекты
	(36) развлекательные парки
	(37) кинотеатры
	(38) выставочные комплексы
Информационное обеспечение и системы связи	(39) туристско-информационные центры
	(40) доступная мобильная связь
	(41) доступный интернет
Коммунальные системы	(42) системы электроснабжения
	(43) системы водоснабжения и водоотведения
	(44) системы наружного освещения

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Анализ показывает, что 75% всех выделенных объектов туристской инфраструктуры при опросе туристов оказались отнесенными к квадрату «Успешный результат». Стейкхолдеры отнесли к этой же зоне 68% объектов (таблица 2). При этом наименее задействованным квадратом оказался «Сосредоточиться здесь»: 6 % у туристов и стейкхолдеров. Таким образом, можно говорить об удовлетворительной оценке туристской инфраструктуры в целом обеими группами респондентов. Однако данные показатели являются усредненными, при

рассмотрении матриц «Важность – исполнение» по отдельным группам инфраструктуры выявляется несогласованность мнений групп респондентов.

Большая часть объектов группы «Транспортное обеспечение» значимы для обеих групп респондентов (рисунок 1). Только для данной части инфраструктуры наблюдается распределение по всем четырем квадратам. Аэропорты, железнодорожный и автотранспорт, развитая сеть общественного транспорта очень важны для всех респондентов.

Таблица 2

Результаты IPA

Table 2

The results of IPA

Объекты туристской инфраструктуры	Туристы		Стейкхолдеры	
	важность	исполнение	важность	исполнение
Транспортное обеспечение				
аэропорт	4,75	4,64	4,92	4,83
железнодорожные и автовокзалы	4,87	4,75	4,56	4,43
развитая и доступная сеть общественного транспорта	4,68	4,87	4,34	4,21
такси	3,78	4,48	3,87	3,99
аренда автомашины	3,44	4,17	3,76	3,65
паркинги для автомашин	4,15	3,76	3,68	3,32
качественная сеть дорог	4,59	4,44	4,54	4,21
объекты автосервиса	3,32	4,53	3,96	3,55
авто кемпинги	2,79	3,14	3,11	2,16
благоустроенные площадки для туристских автобусов	2,96	1,98	3,43	3,08
Средства размещения				
гостиницы 4-5 звезд	3,69	4,61	4,47	4,86
гостиницы 1-3 звезды	4,64	4,12	4,56	4,24
хостелы	3,74	3,96	4,13	3,65
дома/базы отдыха	3,65	3,45	3,86	3,32
индивидуальные жилые дома	3,01	4,29	3,21	3,97
арендуемые квартиры и апартаменты	4,54	4,21	3,67	3,43
Общественное питание				
рестораны и кафе	4,67	4,32	4,94	4,54
столовые	3,68	3,05	2,73	2,04
предприятия быстрого обслуживания	4,65	4,48	4,43	4,11
уличные киоски	4,13	3,46	3,55	3,06
Бытовое, медицинское и финансовое обслуживание				
торговые центры	4,12	4,68	3,68	4,43
супермаркеты	4,11	4,37	3,22	3,65
небольшие магазины товаров повседневного спроса	4,03	3,76	2,86	2,34
рынки	3,87	3,98	3,45	3,32
химчистки и прачечные	2,87	3,65	3,11	3,13
парикмахерские	2,65	3,55	2,73	2,97
ремонтные мастерские	3,04	3,74	2,98	3,24
медицинские центры	4,45	4,12	3,06	4,37
банки	4,38	4,36	4,54	4,45
банкоматы	4,68	4,59	4,46	4,21
пункты обмена валюты	3,65	3,87	4,43	4,07
Организация досуга и развлечений				
музеи	4,78	4,92	4,95	4,88
театры	4,05	4,87	4,13	4,54
художественные галереи	4,27	4,69	4,21	4,53
спортивные объекты	3,89	4,43	4,57	4,32
развлекательные парки	4,45	4,64	4,67	4,12

Объекты туристской инфраструктуры	Туристы		Стейкхолдеры	
	важность	исполнение	важность	исполнение
кинотеатры	3,98	4,15	3,54	3,65
выставочные комплексы	4,34	4,42	4,87	4,76
Информационное обеспечение и системы связи				
туристско-информационные центры	4,54	4,25	4,78	4,43
доступная мобильная связь	4,87	4,75	4,46	4,31
доступный интернет	4,85	4,23	4,33	4,16
Коммунальные системы				
системы электроснабжения	4,75	4,68	4,86	4,72
системы водоснабжения и водоотведения	4,81	4,72	4,79	4,65
системы наружного освещения	4,47	4,11	4,65	4,23

Такое мнение подтверждает, что транспортная доступность является необходимым условием успешности туристской дестинации. При этом респонденты отмечают высокую степень удовлетво-

ности качеством основных транспортных услуг. Автокемпинги и оборудованные площадки для туристских автобусов отнесены в квадрат «Низкий приоритет» обеими группами.

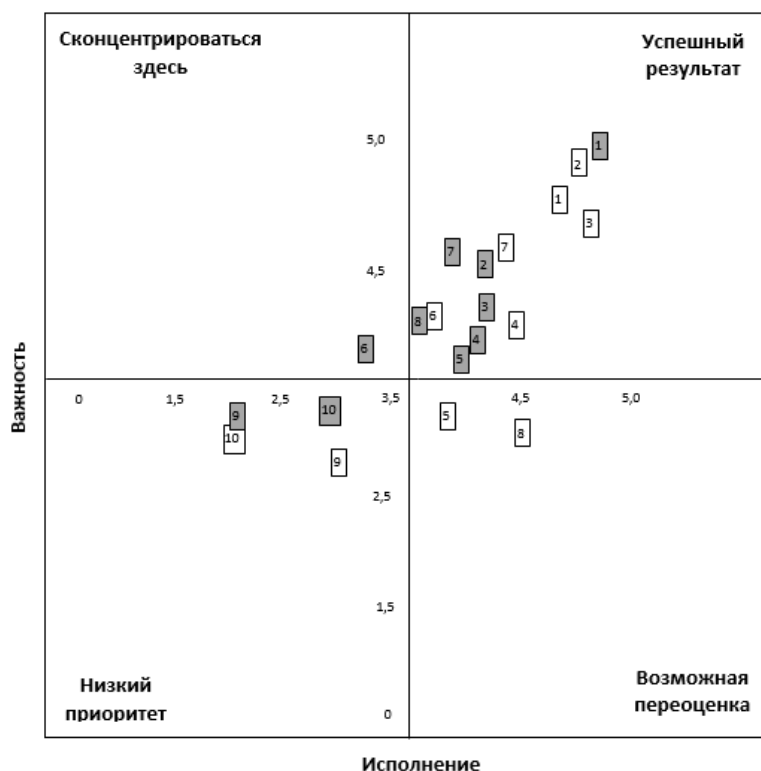


Рис. 1. Анализ «важность-исполнение» транспортного обеспечения
Fig. 1. The Importance Performance Analysis of Transport Support

Респонденты отмечают высокую значимость гостиниц, при этом значимость гостиниц высших категорий выше для стейкхолдеров, в то время как для туристов более привлекательным является сегмент недорогих гостиниц и хостелы. Мат-

рица показывает недооценку стейкхолдерами таких объектов, как арендуемые квартиры и апартаменты. Данные объекты имеют очень высокую значимость для туристов. Базы отдыха и индивидуальные жилые дома продемонстрировали средний

уровень значимости, по всей вероятности, по причине того, что целевая группа их потребителей слабо представлена среди посетителей выбранных мегаполисов. Нахождение большинства объектов в квадра-

тах «Успешный результат» и «Возможная переоценка» демонстрирует высокий уровень удовлетворенности средствами размещения в дестинациях (рисунок 2).

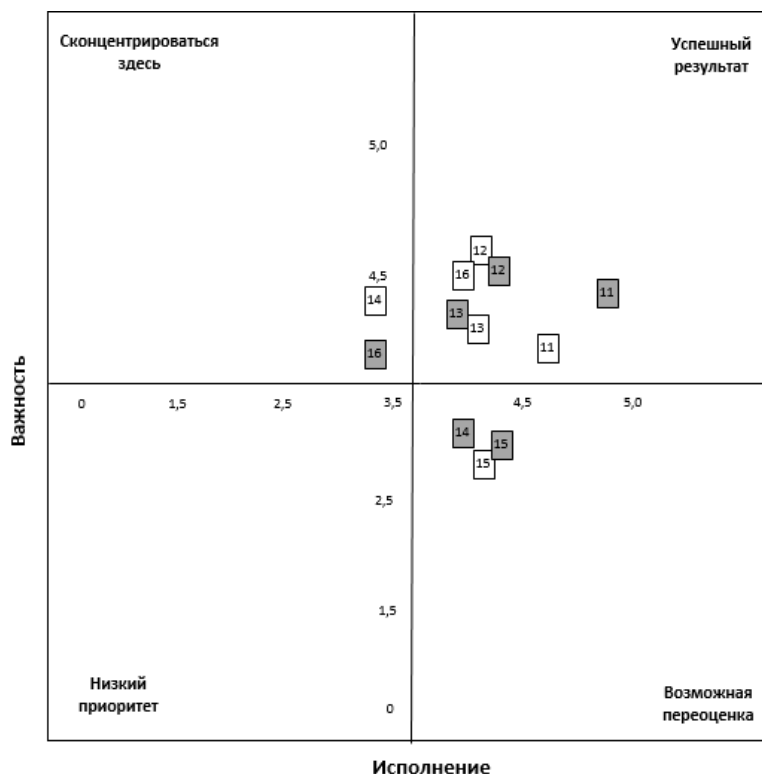


Рис. 2. Анализ «важность-исполнение» средств размещения
Fig. 2. The Importance Performance Analysis of Accommodation

Туристы и стейкхолдеры указали на высокую значимость таких объектов общественного питания, как рестораны, кафе и предприятия быстрого обслуживания. Столовые получили средний уровень значимости, главным образом, благодаря посетителям Санкт-Петербурга, где данный формат представлен весьма широко. Уличная еда у обеих групп респондентов оказалась в поле «Сосредоточиться на этом», поэтому предпринимателям и властям следует обратить внимание на это перспективное направление (рисунок 3). В целом обе группы показали превышение уровня важности над уровнем удовлетворенности по большинству объектов общественного питания. Такой результат выявляет необходимость улучшения качества

продукции и обслуживания для этой части инфраструктуры.

Состав объектов группы «Бытовое, медицинское и финансовое обслуживание» довольно неоднороден, распределение ответов респондентов в матрице имеет значительный разброс. Предприятия торговли оказались значимыми для туристов, в то время как для стейкхолдеров высокой значимости они не имеют. В квадрате «Низкий приоритет» оказались исключительно оценки стейкхолдеров, при этом эти же позиции туристы поместили в квадрат «Успешный результат» (рисунок 4). По данному элементу инфраструктуры наблюдается наибольшее расхождение мнений туристов и стейкхолдеров.

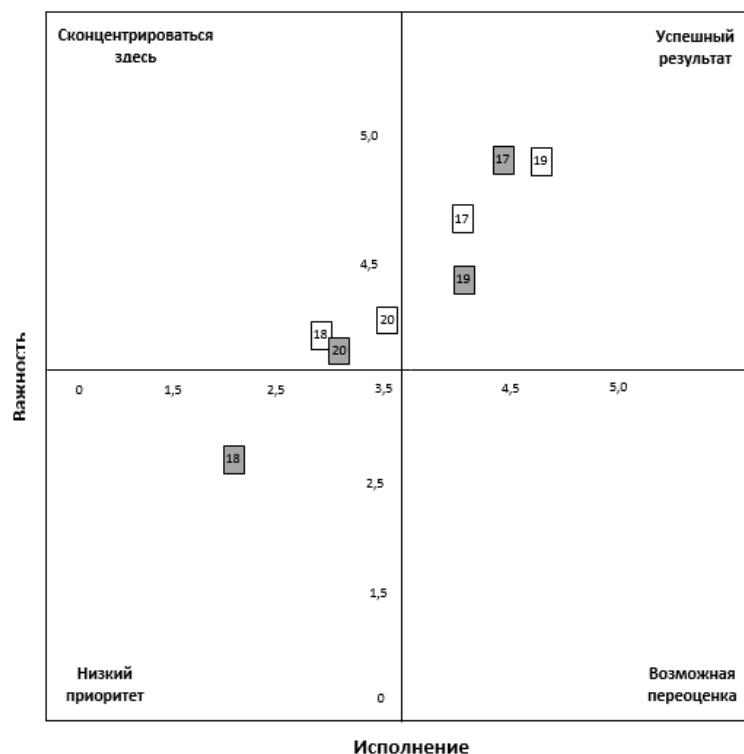


Рис. 3. Анализ «важность-исполнение» общественного питания
Fig. 3. The Importance Performance Analysis of Catering

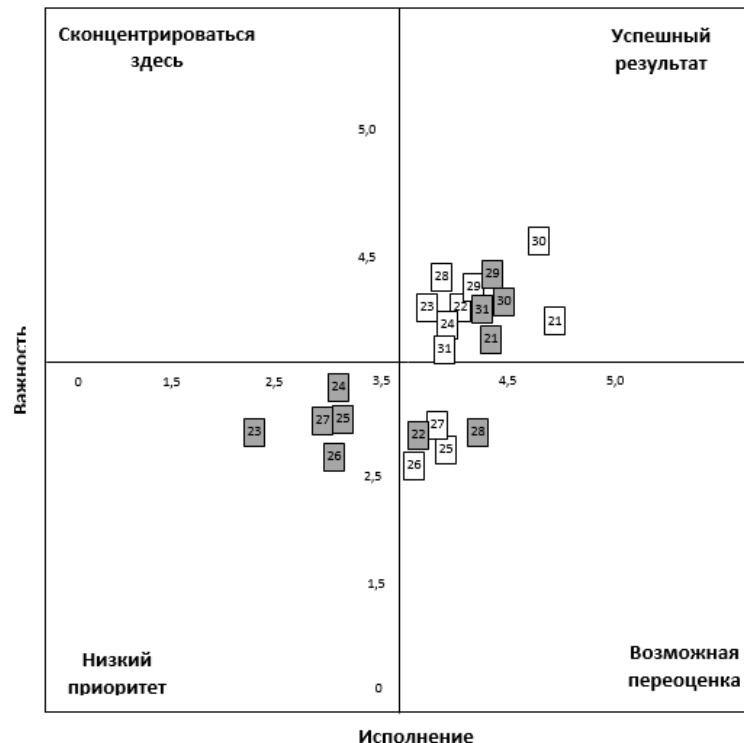


Рис. 4. Анализ «важность-исполнение» бытового, медицинского и финансового обслуживания
Fig. 4. The Importance Performance Analysis of Household, medical and financial services

В группе «Организация досуга и развлечений» респонденты проявили единство мнений, все позиции разместились в квадрате «Успешный результат» (рисунок 5). Уровень удовлетворенности устойчиво превышает уровень значимости. Такой ре-

зультат можно назвать вполне ожидаемым, учитывая, что данные объекты Москвы, Санкт-Петербурга и Казани занимают ведущие позиции в своей категории не только в стране, но и в мире.

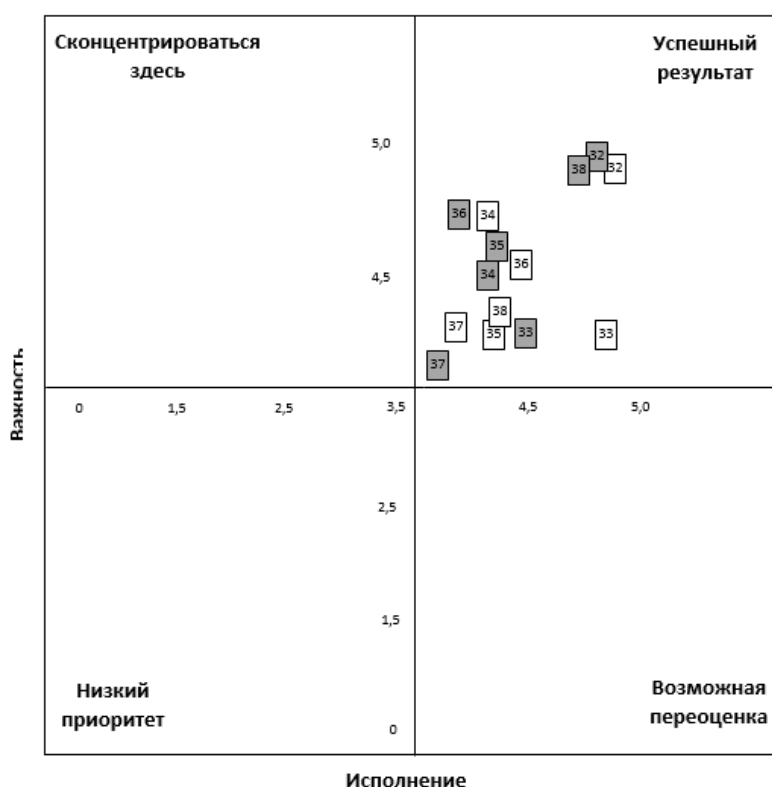


Рис. 5. Анализ «важность-исполнение» организации досуга и развлечений
Fig. 5. The Importance Performance Analysis of Organization of leisure and entertainment

Аналогичная ситуация сложилась и для групп «Информационное обеспечение» и «Коммунальные системы» (рисунки 6 и 7). Современные туристы весьма требовательны к качеству мобильной связи и услуг провайдеров интер-

нета. Качественные услуги коммунальных систем высоко значимы для всех респондентов. Уровень удовлетворенности по данным позициям в целом высок, что также является ожидаемым для трех крупнейших мегаполисов.

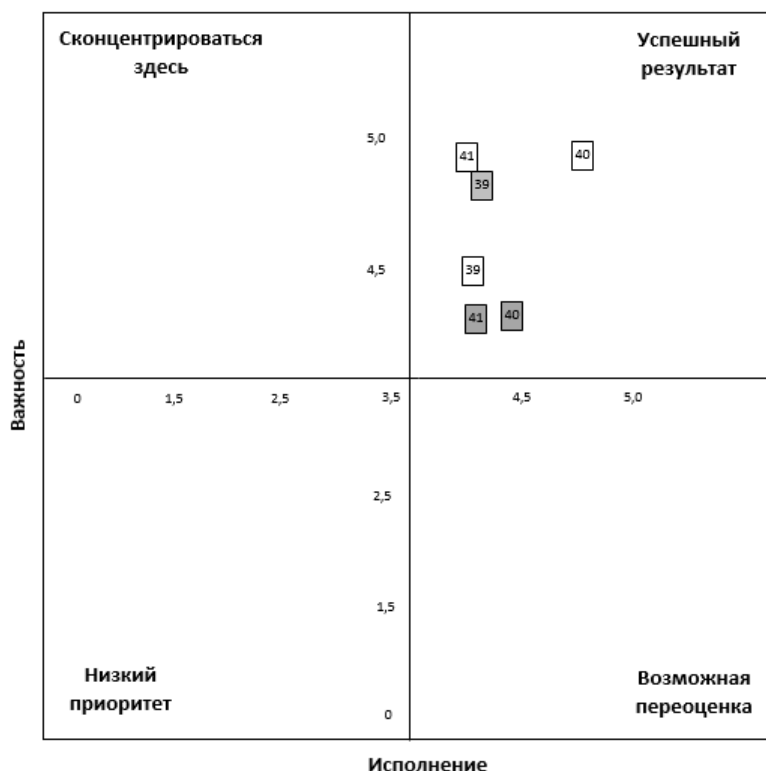


Рис. 6. Анализ «важность-исполнение» информационного обеспечения и системы связи
Fig. 6. The Importance Performance Analysis of Information support and communication systems

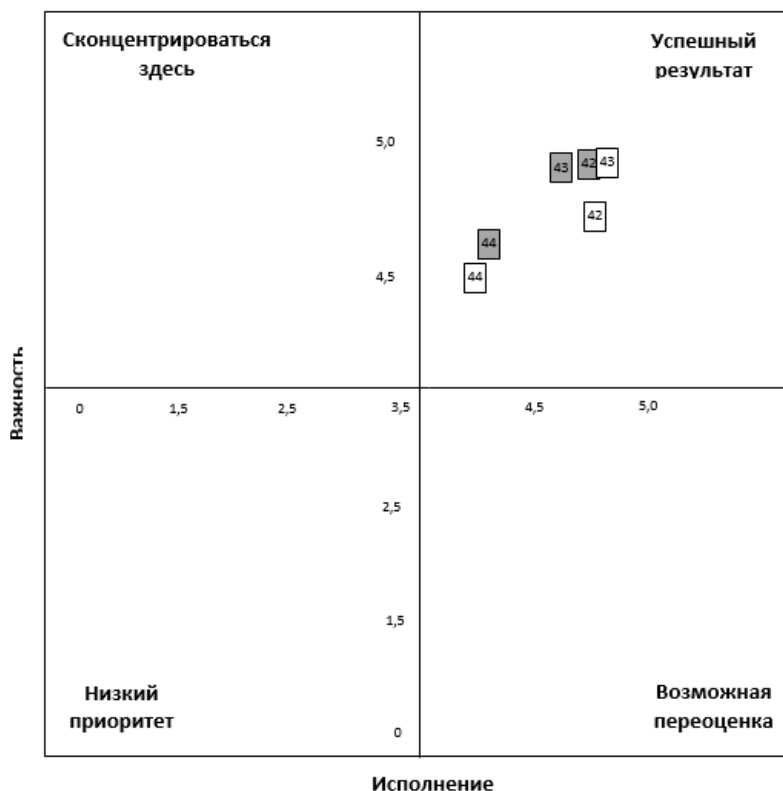


Рис. 7. Анализ «важность-исполнение» коммунальных систем
Fig. 7. The Importance Performance Analysis of Communal systems

Заключение (Conclusions). Результаты анализа свидетельствуют в целом о достаточно благополучном состоянии туристской инфраструктуры трех крупнейших мегаполисов России. Туристы высоко оценили важность и качество двух третей выбранных основных инфраструктурных объектов.

Инфраструктура является ключевым фактором обеспечения устойчивого социально-экономического развития и конкурентоспособности туристских дестинаций.

Выбранные дестинации являются самыми динамично развивающимися городами-миллионниками России: численность населения и объем туристского потока еще в прошлом десятилетии опередили прогнозы предыдущих планов. Новые планы предусматривают для городов сбалансированное, устойчивое и полицентрическое развитие. Это позволит эффективнее и равномернее распределять нагрузку на их инфраструктуру.

В стратегические документы Москвы включены задачи по реализации целей устойчивого развития, принятых ООН. Москва и восемь других городов и регионов мира участвует в пилотном проекте Организации экономического сотрудничества и развития, направленном на достижение целей устойчивого развития регионов. Москва уже сейчас опережает по уровню достижения целей устойчивого развития показатели других стран-участников проекта.

Санкт-Петербург в 2018 году первым в нашей стране присоединился к индексу глобальной устойчивости дестинаций – международному проекту, нацеленному на развитие туристского потенциала городов.

Казань была первым городом-миллионником, где было принято положение «Об историческом поселении». Именно оно является ядром казанской туристской дестинации. В 2020 году была принята Концепция устойчивого развития исторического поселения Казани. Она подробно объясняет, как за 15 лет радикально изменить инфраструктуру исторического яд-

ра Казани, не потеряв при этом исторической идентичности. Предполагается, что Концепция станет образцом для других российских крупных мегаполисов.

Рассматривая вопрос значимости туристской инфраструктуры, можно заключить, что она выполняет целый ряд функций. Инфраструктура туризма выступает базой для организации туристского сервиса, формирует и способствует связям между субъектами отрасли, создает региональные туристские комплексы, обеспечивает создание новых рабочих мест, воздействует на спрос, способствует увеличению налоговых поступлений в региональные и местные бюджеты.

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

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

Список литературы

Платов А. В., Тарчоков С. К. Инфраструктурное развитие туристской индустрии в контексте глобализации. В сборнике: Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма. Материалы X Всероссийской научно-практической конференции. Нижневартовск, 2021. С. 233-240.

Albalade, D., Campos, J., Jimenez, J.L. (2017), Tourism and high-speed rail in Spain: Does the AVE increase local visitors, *Annals of Tourism Research*, 65, pp.71-82.

Amerta, I. M. S., Sara, I. M., Bagiada, K. (2018), Sustainable tourism development. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(2), pp.248-254.

Bell, S., Tyrväinen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U., Simpson, M. (2007), Outdoor Recreation and Nature Tourism: A European Perspective, *Living Review in Landscape Research*, 2, pp. 1- 46.

Deenihan, G., Caulfield, B. (2015), Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tourism Management*, 46, pp. 91-101/

Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2010), *Tourism Economics and Policy*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel view publications.

Eskildsen J.K., Kristensen K. (2006), Enhancing importance-performance analysis, *Inter-*

national journal of productivity and performance management, 1, pp. 40-60.

Hansen, N.M. (1965), Unbalanced Growth and Regional Development. *Western Economic Journal*, 4, pp. 3-14.

Khadaroo, J., Seetanah, B. (2007), Transport infrastructure and tourism development. *Annals of tourism research*, 34 (4), pp. 1021-1032.

Lewinson, D. M. (2001), Financing infrastructure over time, *Journal of Urban Planning and Development*, 127 (4), pp. 146-157.

Lohmann, G., Netto, A.P. (2017), *Tourism theory concepts, models and systems*, CABI, Oxfordshire.

Mandić, A., Mrnjavac, Ž., Kordić L. (2018), Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development, *Tourism and Hospitality Management*, 24 (1), pp. 1-22.

Mera, K. (1973), Regional production functions and social overhead capital: An analysis of the Japanese case, *Regional and Urban Economics*, 3, pp. 157-186.

Murphy, P., Pritchard, M.P., Smith, B. (2000), The destination product and its impact on traveller perceptions, *Tourism Management*, 21 (1), pp. 43-52.

Olafsdottir, R., Runnstrom, M.C. (2013), Assessing hiking trails condition in two popular tourist destinations in the Icelandic highlands, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, pp. 57-57.

Rehman Khan, S.A., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K., Zhang, Y. (2017), Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism, *Journal of Air Transport Management*, 58, pp. 125-134.

Sakai, M. (2006), Public sector investment in tourism infrastructure, In: Dwyer, L., Forsyth. (eds.), *International Handbook on the Economics of Tourism*, Cheltenham, UK, Northampton, USA, Edward Elgar, pp. 266-279.

Slashchuk, A., Bernadska, H. (2019), Scientific approaches to conceptualization and classification of tourist infrastructure. *Ekonomichna ta Sotsialna Geografiya*, 81, pp. 12-17.

Swarbrooke, J., Horner, S. (2001), *Business travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford.

Thapa, B. (2012), Soft-infrastructure in tourism development in developing countries,

Annals of Tourism Research, 39 (3), pp. 1705-1710.

References

Albalade, D., Campos, J. and Jimenez, J.L. (2017), "Tourism and high-speed rail in Spain: Does the AVE increase local visitors", *Annals of Tourism Research*, 65, pp.71-82.

Amerta, I. M. S., Sara, I. M. and Bagiada, K. (2018), "Sustainable tourism development", *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5 (2), pp. 248-254.

Bell, S., Tyrväinen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U. and Simpson, M. (2007), "Outdoor Recreation and Nature Tourism: A European Perspective", *Living Review in Landscape Research*, 2, pp. 1- 46.

Deenihan, G. and Caulfield, B. (2015), "Do tourists value different levels of cycling infrastructure?", *Tourism Management*, 46, pp. 91-101

Dwyer, L., Forsyth, P. and Dwyer, W. (2010), *Tourism Economics and Policy*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel view publications.

Eskildsen J.K. and Kristensen K. (2006), "Enhancing importance-performance analysis", *International journal of productivity and performance management*, 1, pp. 40-60.

Hansen, N.M. (1965), "Unbalanced Growth and Regional Development", *Western Economic Journal*, 4, pp. 3-14.

Khadaroo, J. and Seetanah, B. (2007), "Transport infrastructure and tourism development", *Annals of tourism research*, 34 (4), pp. 1021-1032.

Lewinson, D. M. (2001), "Financing infrastructure over time", *Journal of Urban Planning and Development*, 127 (4), pp. 146-157.

Lohmann, G. and Netto, A.P. (2017), *Tourism theory concepts, models and systems*, CABI, Oxfordshire.

Mandić, A., Mrnjavac, Ž. and Kordić L. (2018), "Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development", *Tourism and Hospitality Management*, 24 (1), pp. 1-22.

Mera, K. (1973), "Regional production functions and social overhead capital: An analysis of the Japanese case", *Regional and Urban Economics*, 3, pp. 157-186.

Murphy, P., Pritchard, M.P. and Smith, B. (2000), "The destination product and its impact on traveller perceptions, *Tourism Management*, 21 (1), pp. 43-52.

Olafsdottir, R. and Runnstrom, M.C. (2013), "Assessing hiking trails condition in two

popular tourist destinations in the Icelandic highlands”, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, pp. 57-57.

Platov, A.V. and Tarchokov, S. K. (2021), “Infrastructure development of the tourism industry in the context of globalization”, *Proceedings of the 10th All-Russian Scientific and Practical Conference «Promising areas in the field of physical culture, sports and tourism»*, Nizhnevartovsk, Russia, pp. 233-240.

Rehman Khan, S.A., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K. and Zhang, Y. (2017), “Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism”, *Journal of Air Transport Management*, 58, pp. 125-134.

Sakai, M. (2006), “Public sector investment in tourism infrastructure”, In: Dwyer, L., Forsyth. (eds.), *International Handbook on the Economics of Tourism*, Cheltenham, UK, Northampton, USA, Edward Elgar, pp. 266-279.

Slashchuk, A. and Bernadska, H. (2019), “Scientific approaches to conceptualization and classification of tourist infrastructure”, *Ekonomichna ta Sotsialna Geografiya*, 81, pp. 12-17.

Swarbrooke, J. and Horner, S. (2001), *Business travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford.

Thapa, B. (2012), “Soft-infrastructure in tourism development in developing countries”, *Annals of Tourism Research*, 39 (3), pp. 1705-1710.

Данные об авторах

Платов Алексей Владимирович, кандидат технических наук, доцент кафедры социально-экономических и гуманитарных дисциплин

Литвинова Ольга Игоревна, доктор экономических наук, профессор кафедры социально-экономических и гуманитарных дисциплин

Information about the authors

Alexey V. Platov, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Socio-Economic and Humanitarian Disciplines

Olga I. Litvinova, Doctor of Economics, Professor of the Department of Socio-Economic and Humanitarian Disciplines

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR

Обзор
Review

УДК 331.103.4

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-9

Крылова Д. В.¹
Максименко А. А.²

Роль искусственного интеллекта в антикоррупционном
рекрутинге

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
ул. Мясницкая, 20, Москва 101000, Россия

¹e-mail: krylovadv@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-5069-0319

²e-mail: Maximenko.al@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0891-4950

*Статья поступила 15 марта 2022 г.; принята 4 апреля 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. В настоящей статье обстоятельно анализируются технологии искусственного интеллекта в сфере рекрутинга с учетом параметров благонадежности, лояльности и честности. Рассматриваются в контексте 4-х этапов развития искусственного интеллекта в сфере подбора персонала используемые интеллектуальные методы применительно к каждой проблемной области рекрутмента, описываются преимущества технологических решений самых популярных у пользователей рекрутинговых платформ, использующих в своей работе алгоритмы искусственного интеллекта, нацеленные на отбор наиболее честных и профессиональных кандидатов. На основе приводимого авторами обзора зарубежных исследований можно сделать выводы о позитивных (скорость и качество подбора соискателей под требования работодателей) и негативных (риск дискриминации, снижение воспринимаемой ценности бренда компании) эффектах, которые сопряжены с внедрением искусственного интеллекта в систему поиска и отбора кандидатов. В ходе общения с представителями крупнейших рекрутинговых сервисов, использующих искусственный интеллект в сфере найма персонала, выявлены возможности интеллектуальных решений в области прогнозирования успешности кандидатов и определения их склонности к оппортунистическому и коррупционному поведению.

Ключевые слова: искусственный интеллект; антикоррупционный рекрутмент; противодействие коррупции; чат-бот; отбор честных сотрудников; антикоррупционное управление человеческими ресурсами

Для цитирования: Крылова Д. В., Максименко А. А. Роль искусственного интеллекта в антикоррупционном рекрутинге // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 94-107. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-9

UDC 331.103.4

Dina V. Krylova¹

Aleksander A. Maksimenko²

The role of artificial intelligence in anticorruption recruiting

Higher School of Economics National Research University,
20 Myasnitskaya St., Moscow 101000, Russia

¹*e-mail:* krylovadv@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-5069-0319

²*e-mail:* Maksimenko.al@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0891-4950

Abstract. This article analyzes in detail the technologies of artificial intelligence in the field of recruiting, taking into account the parameters of reliability, loyalty and honesty. In the context of the 4 stages of development of AI in the field of recruitment, the authors consider the intellectual methods used in relation to each problem area of recruitment and describe the advantages of technological solutions of the most popular user-recruiting platforms that use artificial intelligence algorithms to select the most honest and professional candidates. Based on the review of foreign studies given by the authors, it is possible to draw conclusions about the positive (speed and quality of the selection of applicants according to the requirements of employers) and negative (the risk of discrimination, a decrease in the perceived value of the company's brand) effects that are associated with the introduction of artificial intelligence in the system of search and selection of candidates. In the course of communication with representatives of the largest recruiting services using AI in the field of recruitment, the possibilities of intelligent solutions in predicting the success of candidates and determining their propensity for opportunistic and corrupt behavior were revealed.

Keywords: artificial intelligence; anti-corruption recruitment; anti-corruption; chat-bot; selection of honest employees; anti-corruption human resource management

For citation: Krylova, D. V., Maksimenko, A. A. (2022), "The role of artificial intelligence in anticorruption recruiting", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 94-107, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-9

Введение

(Introduction).

Общепризнанным является тот факт, что искусственный интеллект (ИИ) может положительно влиять на процесс подбора персонала за счет автоматизации различных процессов рекрутинга. К числу потенциальных результатов такого влияния относится экономия рабочего времени кадровых служащих, снижение рабочей нагрузки и повышение точности при выявлении лучшего кандидата со снижением предвзятости и постановке определенных условий, в том числе на

соответствие ценностям компании и противодействия коррупционным проявлениям в будущем. Это имеет значение не только при подборе высококвалифицированного и добросовестного персонала для компаний. Особенно важным является минимизация коррупционных рисков при найме лиц, замещающих государственные должности. В связи с этим довольно важным является обсуждение принципов работы искусственного интеллекта в профилактике коррупционных рисков.

Данный подход можно экстраполировать на остальные сферы, где существует высокий уровень подобных опасностей. В качестве успешного методологического примера можно привести систему индикаторов и профилей, используемую в Федеральной антимонопольной службе РФ и Федеральной налоговой службе РФ для определения и последующего анализа степени коррупционности как всей отрасли, так и склонности к коррупции некоторых ее участников.

Цель исследования (The aim of the work). Рассмотрим основную роль искусственного интеллекта в сфере подбора персонала, а также распространенность его использования, эволюционный путь развития и проблемные области, в которых он эффективно применяется. Целью коллаборации человека и машины в службе персонала является не вытеснение человека, а радикальный функциональный сдвиг, в результате которого компании

организуют сложные бизнес-процессы с необычайной легкостью, простотой и скоростью.

В связи с пандемией COVID-19 искусственный интеллект стал еще активнее использоваться для подбора персонала, помогая автоматизировать и упорядочить сложный рабочий процесс, включающий повторяющиеся задачи в процессе найма, устраняя затраты времени на каждом этапе процесса, начиная с точного описания должности и заканчивая оценкой кандидата в части использования как психологических тестов, так и тестов способностей.

В 2020 году только 10 % компаний использовали ИИ в подборе кадров (Oswal, Khaleeli and Alarmoti, 2020), а еще 36 % планировали его использовать в ближайшие 5 лет.

Самые популярные платформы, использующие ИИ в подборе персонала, приведены в таблице 1.

Таблица 1

**Самые популярные платформы, использующие ИИ в рекрутинге персонала
(по данным Select Software Reviews)**

Table 1

**Most Popular Platforms Using AI in Recruiting
(According to Select Software Reviews)**

Платформа, использующая ИИ в рекрутинге персонала	Использование приложений в рекрутменте	Компании, использующие инструменты ИИ в рекрутменте
Fetcher www.fetcher.ai	Использование ИИ для обеспечения оперативного источника квалифицированных кандидатов. Настроенная мощная аналитическая панель с возможностью отслеживания работы команды и фиксации индивидуальных показателей эффективности	Sony Music, Velcro, Getty images, Drone deploy
XOR www.xor.ai	Универсальный чат-бот как инструмент коммуникации, живые чаты на ярмарках карьеры	McDonald's, Exxon, Manpower, MARS
Hiretual www.hiretual.com	База данных о талантах, отобранных на основе ИИ, ИИ-сорсинг в режиме реального времени, соответствующий рабочему процессу	Nike, Intel, Ceridian, Novo Nordisk

Платформа, использующая ИИ в рекрутинге персонала	Использование приложений в рекрутменте	Компании, использующие инструменты ИИ в рекрутменте
Eightfold www.eightfold.ai	Платформа для управления талантами с привлечением на основе алгоритмов ИИ. Автоматическое обновление информации. Технологии глубокого машинного обучения для оценки кандидатов	Tata Communications, Dolby, Micron, Bayer
Pymetrics www.pymetrics.ai	Использование законов поведенческой науки для нивелирования стереотипов и предубеждений, с верификацией на моделях с большими данными	Colgate Palmolive, Kraft Heinz, McDonald's, PWC
Textio www.textio.com	Интегрированная коммуникационная платформа с ИИ без предубеждений в отношении возраста, гендера и способностей	McDonald's, Nestle, Atlas Sian, Micron
My interview www.myinterview.com	Уникальность сервиса состоит в том, что он может использоваться как самостоятельный продукт или может быть интегрирован в HR-систему компании	Salesforce, greenhouse, zappier, pinpoint, Hubspot
Humanly www.humanly.io	Чат-бот на базе искусственного интеллекта с возможностью тестирования кандидатов и проверки их рекомендаций	Swiss monkey, Brady, Armoire, Guide, The Klientbatch group
Paradox www.paradox.ai	Возможность запланировать интервью вместе с напоминаниями на разных языках	Wendy's, Unilever, Disney, McDonalds
Talkpush www.talkpush.com	Использование чат-бота (с CRM-поддержкой) как для голосовой связи, так и для чата	Amazon, Walmart, McDonald's, iCollege, Adecco
AllyO www.allyo.com	Возможности интеграции с системой управления персоналом организации, планирование собеседований, аналитическая информация для привлечения талантов	The Andersons, Staples, Dave & Buster's, Fried Man Real estate
Loxo www.loxo.co	Программное обеспечение для автоматизации подбора персонала с использованием ИИ на платформе CRM с использованием ATS с базой на 530 млн кандидатов	Bank of America, Trinity Health, Lockheed Martin, Amazon
Seekout www.seekout.io	Интеллектуальное решение для рынка талантов, которое может интегрироваться с ATS	Rover, VMware, Salesforce

Рекрутмент с использованием технологий, основанных на ИИ, включает в себя поиск и сбор данных с использованием системы интеллектуального анализа посредством метода дерева решений (Hmoud and Laszlo, 2019), который часто включается для прогнозирования при отборе большого количества резюме соискателей. Подобные системы поиска работают, в том числе, с социальными сетями, собирая текстовую информацию и классифицируя ее в соответствии с позитивным или негативным настроением контента. В работе рекрутера используются платформы по поиску работы (Indeed, Job-BUILDER, Monster) с интеллектуальной поисковой системой для подбора вакансий и соискателей на основе заранее определенных требований к функционалу работника. Далее используются чат-боты – интеллектуальные решения, автоматизирующие трудоемкие решения, такие как отбор и оценка с использованием нейронного языка для взаимодействия с кандидатами на основе слуховых и

текстовых методов. Чат-бот инициирует общение в режиме реального времени, проводя оценочные тесты и отвечая на вопросы соискателей. Примерами современных чат-ботов являются Mya, HireVue, Wendy. Так, первый из них предоставляет соискателям обратную связь и может анализировать их профиль, задает контекстные вопросы, связанные с работой. В случае неоднозначных вопросов система может самообучаться за счет общения с человеком. Сервис может ранжировать как соискателей, так и результаты собеседований. Такие интеллектуальные решения, как Affectiva, Hire IQ, Hire Vue направлены на оценку кандидата во время интервью, задействуя в своей работе анализ голоса, честность, выбор слов, тон голоса, манеру речи (эмоциональный интеллект). Еще одно ИИ-решение – робот Replika – персональный искусственный помощник, коммуницирующий в режиме реального времени с проявлением эмпатии.

Четыре этапа развития ИИ представлены на рисунке 1.

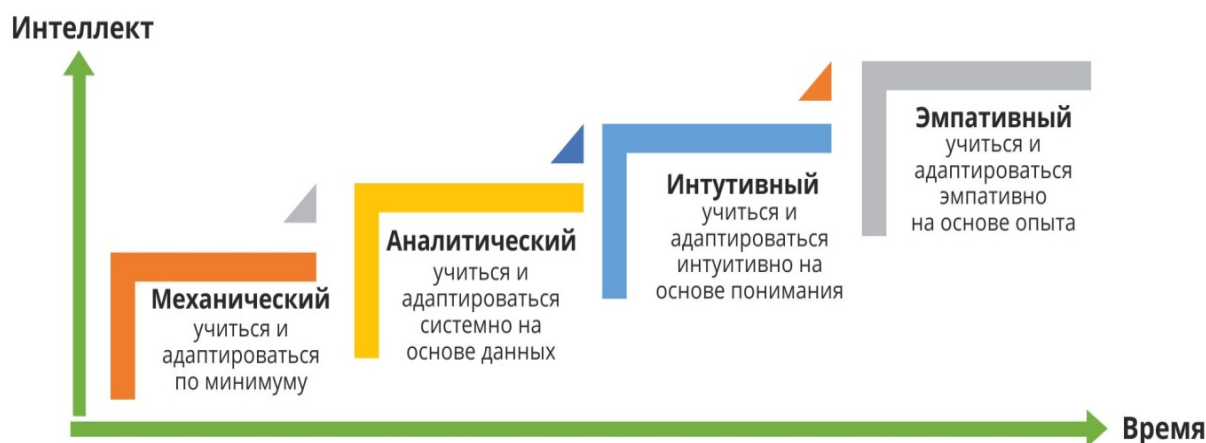


Рис. 1. Четыре этапа развития ИИ в процессе подбора кадров
(Hmoud and Laszlo, 2019)

Fig. 1. Four stages of AI development in the recruitment process
(Hmoud and Laszlo, 2019)

В таблице 2 представлены интеллектуальные методы, используемые в процессе подбора персонала.

В таблице 3 представлены 4 вида искусственного интеллекта в процессе подбора кадров.

Таблица 2
Интеллектуальные методы в процессах подбора и отбора персонала

Table 2

Intelligent methods in recruitment and selection processes

Область применения	Проблемная область	Используемые интеллектуальные методы
Поиск персонала	Сопоставление вакансий и соискателей Извлечение информации из резюме	Поисковая система, основанная на знаниях Извлечение информации
Отбор и составление шорт-листов с наиболее подходящими кандидатами	Оценка кандидатов на работу Классификация кандидатов Фильтрация кандидатов из большого списка до шорт-листа	Добыча данных Нечеткая логика Экспертная система
Выбор	Прогнозирование будущей производительности; Обнаружение неявных знаний; Распределение человеческих ресурсов на наиболее востребованные позиции	Добыча данных Теория неточных (грубых) множеств Искусственные нейронные сети

Таблица 3

Применение 4-х интеллектов в подборе и отборе персонала

Table 3

Application of the 4 intelligences in the recruitment and selection of personnel

Интеллект	Пример возможного применения в подборе кадров
Механический интеллект	Категоризация профилей и поддержание актуального резерва талантов Автоматические сценарные ответы на заранее определенные вопросы кандидатов Запись на собеседования Реклама вакансий Ведение переписки с кандидатами Ведение базы талантов Автоматизация процесса заключения договоров Обновление статусов и авто-ответы кандидатам
Аналитический интеллект	Извлечение данных из резюме Анализ работы Сопоставление требований к работе и характеристик кандидатов Ранжирование и распределение кандидатов по категориям в зависимости от их заслуг и достижений Анализ и составление показателей по подбору кандидатов (стоимость найма, время найма и т.д.)

Интеллект	Пример возможного применения в подборе кадров
Интуитивный интеллект	Понимание вакансий и составление оптимизированного описания Понимание запросов кандидатов и предоставление адекватных ответов Понимание закономерностей и прогнозирование будущей работы Понимание показателей и предоставление оптимальных решений Изучение методов поиска эффективности и предоставления рекомендаций Оценка работы кандидата во время собеседований и выбор наиболее подходящего
Эмоциональный интеллект	Распознавание эмоций кандидатов во время собеседований Общение с кандидатом с учетом их опыта Ведение переговоров с кандидатом с предложением о работе Проведение переговоров с кандидатами с пониманием эмоций и когнитивных способностей соискателя

По результатам опроса hr-специалистов, работающих в сфере подбора кадров (Mirji, 2021), можно сделать вывод, что самая часто упоминаемая выгода от применения ИИ в сфере найма – это экономия время на поиск персонала и возможность общения в любое время, удобное соискателю. При этом часто возникающие проблемы: это подмена человека на собеседовании (невозможность распознать лицо) и неразборчивый сленг, который не всегда может распознать ИИ (чат-боты способны отвечать только на простые и рутинные вопросы). Опыт компаний показывает, что чаще соискатели связываются с компанией через социальные сети и все меньше отправляют запросы через специализированные порталы поиска работы. Решение, основанное только на машинном сопоставлении квалификационных требований и поиска соответствующих кандидатов с необходимыми компетенциями и навыками, зачастую является неполным. Вмешательство человека для этой оценки, запроса рекомендаций и перепроверки собранных данных является необходимым. Еще одним ограничением является поиск сотрудников среднего и старшего возраста, которые имеют

меньшие компетенции, связанными с цифровыми технологиями. А для пожилых лиц, работающих на стороне работодателя, это также и определенные затраты на обучение таковых работников.

Использование искусственного интеллекта в профилактике указанных рисков при найме кадров возможно при условии обозначения должностей с высоким риском коррупции. Основные сферы коррупционных рисков содержатся в Методических рекомендациях Минтруда: по оценке коррупционных рисков при реализации функций (в отношении госсектора)¹, по проведению оценки коррупционных рисков, осуществляющих контрольно-надзорные функции (2017 года), по порядку проведения оценки коррупционных рисков в организации (2019 года), по минимизации коррупционных рисков при осуществлении закупок для

¹ Письмо от 25 декабря 2014 г. № 18-0/10/В-8980 «О проведении федеральными государственными органами оценки коррупционных рисков» методические рекомендации по проведению оценки коррупционных рисков, возникающих при реализации функций». URL: https://www.fsvps.gov.ru/fsvps-docs/ru/corruption/metod_risk.pdf (дата обращения: 31.01.22).

обеспечения государственных или муниципальных нужд (2020 года).

Под антикоррупционным рекрутингом мы понимаем подбор и отбор персонала для коммерческой или государственной компании с учетом как квалификационных требований, так и организационных ценностей, включая критерии добропорядочности и нетерпимого отношения к коррупции.

Применительно к работе о возможностях применения искусственного интеллекта в минимизации коррупционных и правовых рисков при найме кадров весьма важной является задача выработки системы индикаторов коррупционности, пригодных для машинного обучения и дальнейшего применения при работе искусственного интеллекта в сфере найма. Такая работа характеризуется комплексностью и системностью.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Активно развивающиеся за последние 40 лет методы обработки естественного языка (НЛП – natural language processing) позволили изготавливать технологические инструменты, которые могли бы говорить (озвучивать голосом), переводить документы, отвечать на вопросы и т. д. (Zock and Rapp, 2011). В этой связи ИИ позволяет компьютерам изучать язык не только из встроенных знаний; он также может приобретать смысловые и синтаксические знания из внешних источников. НЛП-подход позволяет системе изучать и понимать естественный язык, как это делает человек через опыт. Когда дело доходит до применения НЛП в управлении человеческими ресурсами, то такие технологии, как анализ голоса и выражения лица, работа с чат-ботами, могут быть использованы в асинхронных видео-интервью для прогнозирования производительности будущих работников (Auer, 2018).

Психолингвисты полагают (Карпов, 2016), что с помощью фиксации определенной лексики возможно выявить потен-

циального коррупционера. Он пишет: «несомненно, есть определённая лексика, которая встречается в текстах с коррупционной тематикой достаточно часто. Даже в бытовой речи, когда участник диалога ищет эвфемизм, он прибегает к определённой базе такой лексики, подбирая соответствующий ситуации синоним: «занёс чемодан/мешок», «дал на лапу» и пр. Можно предположить, что существует лексика, которая в русском языке имеет потенциально коррупционное значение, эти слова имеют более высокую частотность употребления в текстах с коррупционной тематикой, а, следовательно, могут служить одним из маркеров появления её в тексте. Выявление таких слов-сигналов может помочь при следственных действиях, а также при экспертизе текста по таким делам». В статье он подробно разбирает частотность слова «порешаем», как сигнал о коррупционных контекстах с предложением алгоритма исследования текста в судебных экспертизах по антикоррупционным делам (Карпов, 2018).

Таким образом, анализ с помощью ИИ лексики кандидатов с составлением базы слов-сигналов, служащих маркерами для выявления работников, склонных к коррупционным правонарушениям, является перспективным инструментом снижения коррупционных рисков.

Следующим инструментом ИИ является машинное зрение, как распознавание лиц и фотографий с точки зрения склонности к коррупции и противоправному поведению. Успешно внедряющаяся технология распознавания лиц во всем мире ставит вполне надежный заслон для проникновения лиц с сомнительным прошлым в коммерческие компании и государственные структуры. Уникальный алгоритм распознавания лиц на основе самообучающихся нейронных сетей российской компании Ntech Lab позволяет найти за несколько секунд

человека по 1 фотографии в многомиллионной базе пользователей¹.

Учеными показано влияние возможностей ИИ не только на обработку естественного языка, но и на машинное зрение, а также автоматизацию и дополнение (Hemalatha, Kumari, Nawaz and Gajenderan, 2021). В ходе опроса 141 специалиста (51,1 % мужчины и основной диапазон выборки – 22–25 лет), работающих в сфере персонала современных индийских компаний, ученые проверили влияние возможностей искусственного интеллекта на процесс

найма и отбора персонала. В ходе их исследования подтвердилась гипотеза о том, что именно машинное зрение (как распознавание фотографий лиц и художественных образов) позволяет сделать подбор персонала более интеллектуальным и автономным. Кроме того, показано, что автоматизация существенно усиливает эффективность ИИ в сфере подбора кадров. Авторами выделен и такой фактор? как взаимодополнение (когда люди тесно сотрудничают с машинами для выполнения какой-либо конкретной задачи). Вклад каждого фактора с описанием степени влияния представлен на рисунке 2.

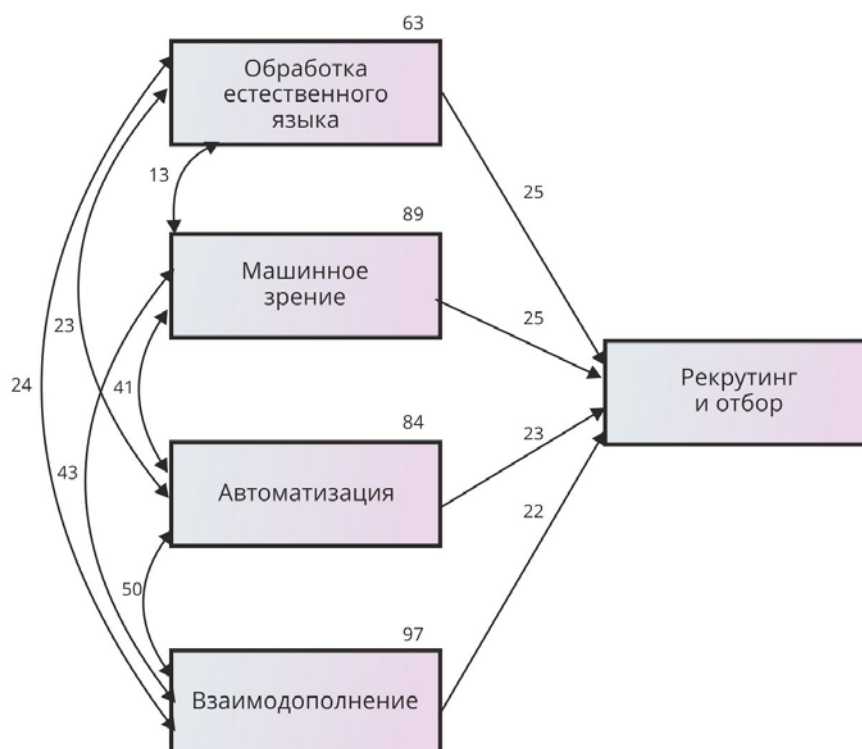


Рис. 2. Вклад каждого фактора в процессы подбора и отбора персонала (Hemalatha, Kumari, Nawaz and Gajenderan, 2021)

Fig. 2. The contribution of each factor to the recruitment and selection processes (Hemalatha, Kumari, Nawaz and Gajenderan, 2021)

¹Глинкин А. Лицом к лицу. Как технологии распознавания лиц сделают мир безопаснее и изменят жизнь человечества // LENTA. 2021, 29 октября. URL: https://lenta.ru/articles/2021/10/29/face_detection/ (дата обращения: 31.01.22).

Таким образом, машинное зрение, способное распознавать лица и/или фотографии кандидатов, уже проявивших девиантное поведение, может использоваться как инструмент в антикоррупционном найме сотрудников.

Третьим направлением использования искусственного интеллекта при подборе кадров является система психодиагностики, применяемая в тестовых заданиях работодателем. И хотя такого прямого показателя, как свидетельствуют исследования (Arrigo and Claussen, 2003) не существует, при этом косвенные показатели могут указывать на склонность кандидата к противоправным деяниям и антиобщественным действиям. Так, пятифакторная модель личности (Big five) описывает структуру личности кандидата посредством пяти диспозиций: экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, нейротизм, открытость опыту. Ее альтернативные инструменты (экспресс-опросники «NEO-FFI», «HEX-ACO-PI-R-60») показывают значительную корреляцию с работоспособностью по признакам самодисциплины, активности, идей, компетентности, достижения стремлений, исполнительности, порядка, напористости, доверия, импульсивности, ранимости и обсуждения. Эти инструменты, построенные на основе модели большой пятерки, продемонстрировали высокую надежность при рекрутинге и проверке офицеров перед приемом на работу, показав превосходство над другими психодиагностическими методиками, в том числе MMPI и MMPI-2.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Ограничения ИИ в сфере подбора кадров состоят помимо ранее отмеченного и в том, что значения прогностической валидности (корреляции) варьируются от 0,13 до 0,68 (составляя в среднем 0,38). Компания Amazon прекратила использовать ИИ-наём в рекрутинге, поскольку ее система найма постоянно занималась гендерной дискриминацией.

Проведенный выборочный опрос руководителей рекрутинговых сервисов, основанных на алгоритмах искусственного интеллекта, показал, что пока сравнительно небольшое их число (например, XOR, а также российская компания НПО «Эталон») ведут разработки в этом направлении и вскоре смогут представить для публикации данные, свидетельствующие о значимой взаимосвязи между заложенными индикаторами на стадии отбора и прогнозными значениями в отношении добропорядочности нанятых работников.

Использование ИИ в рекрутинге сеет множество вопросов юридического характера и свидетельствует о необходимости законотворческой проработки белых пятен, связанных со сбором и обработкой персональных данных. Оптимальным авторы считают необходимость вдумчивого сочетания традиционных и ИИ-методов в найме, а также обучение как сотрудников HR-отдела, так и самих соискателей при работе с ИИ-рекрутингом.

Наряду с возможностями искусственного интеллекта в сфере рекрутинга, выделяются также и соответствующие риски (Ore and Sposato, 2021), состоящие в открытии организаций для судебных исков о дискриминации, поскольку ИИ не преднамеренно создает этические дилеммы, исключая женщин, этнические меньшинства, инвалидов и работников старше 40 лет.

Когда социальное измерение важнее финансового, при отборе талантов основное внимание уделяется человеческим аспектам, которые не видны в резюме и которые не просто определить с помощью интервью. Одним из эффективных инструментов являются симуляционные игры, которые сочетают в себе серьезное применение и увлекательную игру – симуляторы, воссоздающие реальную среду или придумывающие искусственные пространства, в которых игроки

сталкиваются с искусственным интеллектом, который бросает им вызов, анализирует их поведение, взаимодействует с неигровыми персонажами, предлагая им сложные и увлекательные сценарии (Yannakakis and Togelius, 2015). Потенциальные кандидаты воплощают собой супергероев или шпионов, препятствуют деятельности преступников, завоевывают рынки, территории или планеты, спасают мир или просто становятся лидерами собственного бизнеса (Allal-Cherif and Makhlouf, 2016). Ярким примером является игра Misivias компании Randstad, которая обошлась в \$200 тыс. и была разработана для оценки управленческих навыков анализа и принятия решений (Allal-Cherif, Aranega and Sanchez, 2021). Еще одним примером симуляционной игры является игра Reveal от компании L'Oréal, предназначенная для студентов и выпускников, целью которой является помощь в понимании организационной культуры компании и вовлечении в ее ценности. В ходе игры участники посещают отделения компании и запускают новые продукты компании, осваивая специальные методы L'Oréal. В этой игре оцениваются способности кандидатов переносить свои и полученные в ходе игры знания в виртуальную игру, которая является имитацией реального мира. Воронка рекрута является следующей: в первый год в игре приняло участие свыше 70 тыс. кандидатов, из них 4500 человек смогли закончить игру и только 3 300 попали в шорт-лист. По итогам отбора и ранжирования компанией было отобрано 185 стажеров, которые смогли приступить к работе. В некоторых странах прохождение этой игры является обязательным.

Еще одной площадкой для рекрутинга с помощью ИИ является платформа массовых открытых онлайн курсов (MOOC), одним из основных вкладов которой является создание сетей, где встречаются талантливые потенциальные соискатели с последую-

щими исследовательскими проектами и стартапами. Таким образом, MOOC выступает в роли инкубаторов и рекрутинговых площадок (Porter, 2015).

Чат-бот Ari от компании Texttrexruit – калифорнийский стартап, запущенный в 2014 году, коммуницирующий через мобильные приложения с использованием технологии Watson компании IBM (машинное обучение с помощью ответов соискателей и их анализа). Его цель – автоматизация простых операций, выполняемых рекрутером: анализ резюме и баз данных в режиме онлайн; создание шорт-листов с потенциальными кандидатами и определение приоритетности в соответствии с требованиями и заданными критериями отбора; коммуникация через более удобную систему мессенджеров для кандидата; запросы о знаниях, навыках, опыте работы; представление описаний вакансий, информации о ценностях и об организационной культуре компаний; сбор административной информации о кандидатах; получение общих документов онлайн; назначение встреч для очного или онлайн-интервью; ответы на часто задаваемые вопросы; поддержка контакта, чтобы кандидаты не забывали о сервисе и не скучали. Чат-бот может работать 24/7, контактируя одновременно с сотнями кандидатов.

Одна из крупнейших в мире площадок по управлению человеческими ресурсами и второе по величине в мире агентство временного персонала – Randstad (оборот \$24 млрд в 2016 году), запустила в 2016 году сервис Randstad Big Data. На основе алгоритмов Oracle и Cargemini компания имеет инструменты, которые сопоставляют профессиональные навыки и предложения с запросами работодателей. Приобретя компанию Monster за \$426 млн в 2016 году, Randstad получила доступ к 12 млн вакансий, ссылки на 11 тыс. профессий и навыков, базы данных корпоративных партнеров, 150 млн резюме, базы данных государственных и общественных

учреждений, находящихся в открытом доступе. В компании работают алгоритмы, помогающие искать и другую недостающую информацию.

Заключение (Conclusions). Таким образом, проведенный анализ позволил сформулировать следующие выводы. Уровень охвата рекрутинга алгоритмами искусственного интеллекта составляет не более 10%, а свыше трети компаний собираются использовать его в ближайшие 5 лет. В таких компаниях искусственному интеллекту может быть делегирован поиск и отбор соискателей, приглашение и проведение интервью чат-ботами, а также оценка кандидата во время интервью и предсказание эффективности работы в будущем.

Ряд российских и зарубежных компаний уже ведут тестовые разработки с алгоритмизацией искусственного интеллекта и определение инструментов, позволяющих достоверно судить о потенциальной степени честности будущего работника. Однако на сегодняшний день прогностическая валидность (корреляция) варьируются от 0,13 до 0,68 (составляя в среднем 0,38).

Выделяются три основных инструмента выявления склонности к коррупции и противоправному поведению, которые можно использовать в алгоритмах искусственного интеллекта при подборе персонала:

1. Анализ лексики кандидатов с составлением базы слов-сигналов, служащих маркерами для выявления работников, склонных к коррупционным правонарушениям;
2. Машинное зрение, способное распознавать лица и/или фотографии кандидатов, в прошлом уже проявивших девиантное поведение;
3. Система психодиагностики, применяемая в тестовых заданиях работодателем, составленная на основе пятифакторной модели личности («Большая пятерка»).

Наряду с возможностями искусственного интеллекта в сфере рекрутинга, существуют соответствующие риски, состоящие в открытии организаций для судебных исков о дискриминации, поскольку ИИ не преднамеренно создает этические дилеммы, исключая женщин, этнические меньшинства, инвалидов и работников старше 40 лет.

Помимо психодиагностической оценки кандидатов искусственный интеллект в сфере подбора кадров привлекается к разработке симуляционных игр, сочетающих в себе серьезное применение и увлекательную игру – симуляторы, воссоздающие реальную среду или придумывающие искусственные пространства, в которых потенциальные кандидаты игроки изучают особенности организационной культуры компании, а последние оценивают их стратегии поведения и этические установки.

В настоящее время нам видится множество сфер работы с персоналом, где возможно внедрить данную систему – алгоритмы искусственного интеллекта. В сфере подбора кадров почти все проблемы видятся типичными, а это значит, что у hr-специалистов в арсенале имеется широкий спектр исходного материала для организации и проведения машинного обучения, что позволит получить исходные данные для анализа и последующей интерпретации. Одновременно с этим необходимо обсуждение выделенных индикаторов в экспертном сообществе с целью дополнения их количества и придания им весовых коэффициентов с последующей оценкой эффективности системы ИИ-рекрутинга.

Подобный подход мы рассматриваем и в корпоративном секторе, и государственном секторе: в госуправлении, в контрольно-надзорном секторе, закупочной деятельности, в управлении кадров, поскольку выделенная нами проблема нивелирования коррупционных и правовых рисков имеет единый знаменатель.

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

Conflicts of Interest: the authors have no conflicts of interest to declare.

Список литературы

Карпов Д. Л. «Всё нормально решим»: слова с потенциальным коррупционным значением // Социальные и гуманитарные знания. 2016. № 1 (5). Т. 2. С. 48–52.

Карпов Д. Л. Лингвистическая экспертиза текста по антикоррупционным делам : учебное пособие. Ярославль : ООО «Академия 76». 2018. – 80 с.

Allal-Cherif O., Aranega A.Y., Sanchez R.C. (2021). Intelligent recruitment: How to identify, select, and retain talents from around the world using artificial intelligence. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 169.

Allal-Cherif O., Makhoul M. (2016). Using serious games to manage knowledge: the SECI model perspective. *Journal of Business Research*. Vol. 69 (5). Pp. 1539–1543. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.10.013.

Arrigo B. A., Claussen N. (2003). Police Corruption and Psychological Testing: A Strategy for Preemployment Screening International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology. Vol. 47(3). Pp. 272–290. DOI: 10.1177/0306624X03252388

Auer E. M. L. (2018). Detecting Deceptive Impression Management Behaviors in Interviews Using Natural Language Processing. DOI: 10.25777/yx69-dy97.

Hemalatha A., Kumari P.B., Nawaz N., Gajenderan V. (2021). Impact of Artificial Intelligence on Recruitment and Selection of Information Technology Companies Proceedings of the International Conference on Artificial Intelligence and Smart Systems (ICAIS-2021) IEEE Xplore Part Number: CFP21OAB-ART.

Hmoud B., Laszlo V. (2019). Will artificial intelligence take over human resources recruitment and selection. *Network intelligence Studies*. Vol. 7. Iss. 13.

Mirji H. (2021). Artificial intelligence in recruitment: Assessing flipside. *International Research Journal of Science, Technology, Education, and Management*. Vol. 1 (1). Pp. 79–87. DOI: 10.5281/zenodo.5195766.

Ore O., Sposato M. (2021). Opportunities and risks of artificial intelligence in recruitment

and selection. *All Works*. 4375. <https://zuscholars.zu.ac.ae/works/4375>

Oswal N., Khaleeli M., Alarmoti A. (2020). Recruitment In The Era Of Industry 4.0: Use Of Artificial Intelligence In Recruitment And Its Impact Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology. Vol.17 (8). Pp. 39–47.

Porter S. (2015). The economics of MOOCs: a sustainable future? *The Bottom Line*. Vol. 28 (1/2). Pp. 52–62. DOI: 10.1108/BL-12-2014-0035.

Yannakakis G.N., Togelius J. (2015). A panorama of artificial and computational intelligence in games. *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*. Vol. 7 (4). Pp. 317–335. DOI: 10.1109/TCIAIG.2014.2339221.

Zock M., Rapp R. (2011). Introduction to this special issue on Cognitive Aspects of Natural Language Processing. *Journal of Cognitive Science (Seoul)*. Vol. 12 (3). Pp. 211–213. DOI: 10.17791/jcs.2011.12.3.211.

References

Karpov, D. L. (2016), ““We will solve everything normally”: words with potential corruption meaning“, *Social and humanitarian knowledge*, № 1 (5), Vol. 2, pp. 48–52 (In Russian).

Karpov, D. L. (2018), *Linguistic examination of the text on anti-corruption cases: a study guide*, Yaroslavl: LLC "Academy 76", 80 p. (In Russian).

Allal-Cherif, O., Aranega, A.Y. and Sanchez, R. C. (2021), “Intelligent recruitment: How to identify, select, and retain talents from around the world using artificial intelligence”, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 169. (In English).

Allal-Cherif, O. and Makhoul, M. (2016), “Using serious games to manage knowledge: the SECI model perspective”, *Journal of Business Research*, Vol. 69 (5), pp. 1539–1543. DOI: 10.1016/j.jbusres.2015.10.013 (In English).

Arrigo, B. A. and Claussen, N. (2003), “Police Corruption and Psychological Testing: A Strategy for Preemployment Screening”, *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, Vol. 47(3), pp. 272–290. DOI: 10.1177/0306624X03252388 (In English).

Auer, E.M.L. (2018), “Detecting Deceptive Impression Management Behaviors in Interviews Using Natural Language Processing”. DOI: 10.25777/yx69-dy97 (In English).

Hemalatha, A., Kumari, P. B., Nawaz, N. and Gajenderan, V. (2021), "Impact of Artificial Intelligence on Recruitment and Selection of Information Technology Companies", *Proceedings of the International Conference on Artificial Intelligence and Smart Systems (ICAIS-2021)* IEEE Xplore Part Number: CFP21OAB-ART. (In English).

Hmoud, B. and Laszlo, V. (2019), "Will artificial intelligence take over human resources recruitment and selection", *Network intelligence Studies*, Vol. 7, Iss. 13. (In English).

Mirji, H. (2021), "Artificial intelligence in recruitment: Assessing flipside", *International Research Journal of Science, Technology, Education, and Management*, Vol. 1 (1), pp. 79–87. DOI: 10.5281/zenodo.5195766 (In English).

Ore, O. and Sposato, M. (2021), "Opportunities and risks of artificial intelligence in recruitment and selection", *All Works*. 4375. <https://zuscholars.zu.ac.ae/works/4375> (In English).

Oswal, N., Khaleeli, M. and Alarmoti, A. (2020), "Recruitment In The Era Of Industry 4.0: Use Of Artificial Intelligence In Recruitment And Its Impact", *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, Vol. 17 (8), pp. 39–47. (In English).

Porter, S. (2015), "The economics of MOOCs: a sustainable future?", *The Bottom Line*, Vol. 28 (1/2), pp. 52–62. DOI: 10.1108/BL-12-2014-0035. (In English).

Yannakakis, G. N. and Togelius, J. (2015), "A panorama of artificial and computational intelligence in games", *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*, Vol. 7 (4), pp. 317–335. DOI: 10.1109/TCIAIG.2014.2339221 (In English).

Zock, M. and Rapp, R. (2011), "Introduction to this special issue on Cognitive Aspects of Natural Language Processing", *Journal of Cognitive Science (Seoul)*, Vol. 12(3), pp. 211–213. DOI: 10.17791/jcs.2011.12.3.211 (In English).

Данные об авторах

Крылова Дина Владимировна, заведующая проектно-учебной лабораторией антикоррупционной политики, ORCID: 0000-0001-5069-0319.

Максименко Александр Александрович, докт. социол. наук, канд. психол. наук, доцент, эксперт проектно-учебной лаборатории антикоррупционной политики, ORCID: 0000-0003-0891-4950.

Information about the authors

Dina V. Krylova, Head of the Laboratory for Anti-Corruption Policy, ORCID: 0000-0001-5069-0319.

Aleksander A. Maksimenko, Doctor of Sociological Sciences, Candidate of Psychological Sciences, Expert of the Laboratory of Anti-Corruption Policy, ORCID: 0000-0003-0891-4950.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES

Оригинальная статья
Original article

УДК 334.027

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-10

Валеева Ю. С.

Факторы, влияющие на развитие услуг розничных торговых сетей

Казанский государственный энергетический университет,
ул. Красносельская, 51, Казань 420018, Россия
e-mail: valis2000@mail.ru

*Статья поступила 26 февраля 2022 г.; принята 20 апреля 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.*

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена важностью рассмотрения факторов внутреннего и внешнего окружения для формирования и внедрения мероприятий по развитию услуг розничных торговых сетей. В рамках поставленной цели по исследованию зарубежных и отечественных работ, направленных на систематизацию факторов, влияющих на развитие услуг сетей, проведен корреляционно-регрессионный анализ выделенных факторов по материалам торговой сети ООО «Бахетле-1». Материалами исследования послужили опубликованные труды российских и зарубежных учёных, посвященных развитию услуг и выявлению факторов, влияющих на них, а также результаты финансовой отчётности торговой сети. В статье представлены результаты проведения факторного анализа деятельности предприятий торговли с учетом внешних и внутренних факторов. Сделан акцент на факторы развития услуг в онлайн-формате, так как последние два-три года этот формат является наиболее динамично развивающимся. Корреляционный анализ позволил установить, что важным фактором, характеризующим развитие услуг торговых сетей, является рентабельность EBITDA, на которую влияют такие факторы, как эффективность клиентоориентированности, коэффициент покупки, показатель отдачи товарооборота на один квадратный метр торговой площади.

Ключевые слова: розничная торговая сеть; услуги; факторы; анализ

Для цитирования: Валеева Ю. С. Факторы, влияющие на развитие услуг розничных торговых сетей // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 108-123. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-10

UDC 334.027

Yulia S. Valeeva

Factors influencing the development of retail network services

Kazan State Power Engineering University,
51 Krasnoselskaya St., Kazan 420018, Russia
e-mail: valis2000@mail.ru

Abstract. The pertinence of the study stems from the importance of considering the factors of the internal and external environment for the formation and implementation of measures to develop the services of retail trade networks. As part of the goal of studying foreign and domestic works aimed at systematizing the factors influencing the development of network services, a correlation and regression analysis of the selected factors was carried out based on the materials of the trading network of OOO Bakhetele-1. The materials of the study included the published works of Russian and foreign scientists devoted to the development of services and the implementation of factors influencing them, as well as the results of the financial statements of the trading network. The article presents the results of studies of the factor analysis of the activities of trade enterprises, both external and internal. Emphasis is placed on the factors for the development of services in the online format, since this format has been the most dynamically developing for the last two or three years. The correlation analysis made it possible to establish that an important factor characterizing the development of retail chain services is EBITDA profitability, which is influenced by such factors as the effectiveness of customer focus, the purchase rate, the return on turnover per square meter of retail space.

Key words: retail trade network; services; factors; analysis

For citation: Valeeva, Y. S. (2022), "Factors influencing the development of retail network services", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8 (2), pp. 108-123, DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-10

Введение (Introduction). При формировании стратегии развития услуг розничных торговых сетей важно проводить аналитику внутренних и внешних факторов их развития. В рамках разработки мероприятий по развитию услуг розничная торговая сеть учитывает интересы покупателей: потребности, ожидания, поведение и макроэкономическую среду. Принимая во внимание, что в современных условиях услуги розничной торговой сети расширяются по количеству вовлеченных участников в ее организацию, начиная с производителей товаров и завершая конечными потребителями, необходимо также учитывать степень удовлетворённости в получении потребительских ценностей услуг институциональными участниками, самой

розничной торговой сетью с ориентацией на потребителей.

Практика крупнейших зарубежных розничных торговых сетей и крупных российских сетей свидетельствует о том, что аналитика Big Data, учёт факторов и трендов мировой потребительской конъюнктуры розничной торговли позволяют мобильно применять управленческие решения и сохранять экономическую устойчивость сетей. Управление клиентоориентированностью как подсистема управления услугами торговой сети является важной составляющей. Она учитывает факторы микроуровня, к которым относятся экономическая среда, правовые институты, социальное развитие, географическое месторасположение. К мезофакторам непосред-

ственно относятся факторы прямого влияния на торговую сеть, в том числе потребители, поставщики, конкуренты, провайдеры рынка торговых услуг, банковские и страховые компании.

Цель исследования (The aim of the work). Основной целью данного исследования является проведение обзора подходов зарубежных и российских ученых, исследующих значимые и негативно влияющие факторы внутренней и внешней среды развития услуг розничных торговых сетей, а также выделение посредством корреляции наиболее значимых факторов, влияющих на развитие услуг региональной розничной торговой сети.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Материалами для проведения анализа факторов, влияющих на развитие услуг розничных торговых сетей, стали источники, содержащие сведения о проблемах, рисках, решениях, которые способствовали или негативно влияли на развитие услуг. В рамках исследования опирались на синергию практики и проведения сравнительного анализа.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Сфера услуг в современных российских условиях играет важную роль в сохранении стабильности экономической системы в целом, с одной стороны, она положительно влияет на инвестиционный поток, создание новых рабочих мест, увеличение бюджетной составляющей через обязательные платежи в экономику территорий, замещающая сырьевой промышленный сектор, с другой. Она, как показывают последние события, также подвержена влиянию и восприимчива ко всем кризисам национальной и мировой экономики. В то же время, розничные торговые сети выступают важнейшим инфраструктурным каркасом стабильного снабжения населения и организаций как товарами, так и услугами. Рассмотрим выделенные факторы внутренней и внешней среды развития услуг торговых сетей.

Хёнгун Сон достаточно детально рассмотрел факторы внешней среды, ока-

зывающие значительное влияние на результаты розничных продаж и деятельность розничных торговых сетей на примере Сеула и Южной Кореи. Установлено, что при размещении и развитии новых объектов торговых сетей не учитывается пространственное взаимодействие и неоднородность субъектов потребительского рынка во взаимосвязи с фактическими розничными продажами. Трансформация пространственного охвата розничной торговли предопределяет необходимость пересмотра коммуникаций торговых сетей со стейкхолдерами, учета развития городской инфраструктуры при открытии новых торговых объектов (Hyungun Sung, 2022).

К внешним факторам относятся социально-экономические факторы, оценку их влияния на развитие услуг можно исследовать с помощью следующих показателей:

- ВРП на душу населения, среднедушевые доходы населения;
- экологические факторы: затраты на окружающую среду, инвестиции в мероприятия на поддержание окружающей среды, энергосбережение, эффективное использование природных ресурсов;
- инвестиционные, инновационные и технологические факторы: инвестиции в основной капитал, в том числе на НИОКР, повышение инновационной активности, уровень информатизации и цифровизации, уровень покрытия интернетом территории в регионах, доверие населения к интернету, активность применения интернет-ресурсов населением. При развитии внешних рынков принимают во внимание социальные, экономические, социально-культурные, информационные, политические факторы, которые важно учитывать при формировании стратегии развития услуг торговых сетей (Рамазанов, Панасенко, Чеглов, Красильников, 2020).

Попенкова Д. К. отмечает, что на развитие услуг торговых сетей влияет современная трансформация потребительского рынка посредством внедрения искусственного интеллекта с интеграцией

машинного обучения, платформенной торговли, которые позволяют выстраивать более эффективные коммуникации торговой сети с постоянными потребителями, расширять спектр услуг торговых сетей, совершенствовать систему обслуживания. Искусственный интеллект позволяет обеспечить аналитику покупательского опыта конечных потребителей и выстраивать гибкую ассортиментную и ценовую политику, что положительно повлияет на итоговые результаты деятельности сетей. На совокупную потребительскую ценность услуг сетей большую роль оказывают такие факторы, как покупательский опыт, который формируется в офлайн и онлайн-формате, получаемые эмоциональные ценности. Наличие онлайн-услуг и расширение онлайн-сервисов также влияют на эффективность деятельности торговых сетей. Построение бизнес-процессов в торговых сетях зависит от уровня внедрения инноваций в организацию торгового-технологических процессов, маркетинговой деятельности и выстраивания коммуникации с покупателями и другими стейкхолдерами (Попенкова, 2019).

В рамках исследования Рут Н. Болтон, Андерс Густафссон, Крина О. Тараси, Ларс Вителл установили, что основными факторами эффективности розничной торговли являются высокий уровень лояльности покупателей к бренду, качеству обслуживания, имиджу торгового предприятия. Поэтому необходимо осуществлять постоянно мониторинг и управление покупательской способностью посредством соответствующего анализа (Bolton, Gustafsson, Tarasi and Witell, 2021).

При анализе внутренних факторов развития услуг торговых сетей важнейшим показателем является качество торгового обслуживания. Традиционным методом для анализа качества торгового обслуживания является методика SERVQUAL. Результаты такого анализа позволяют выделить такие факторы, как ожидания и восприятие потребителей, уровень качества обслуживания, ожидаемый постоянными

потребителями, мнение потребителей и их предложения по повышению уровня удовлетворённости от услуг торговых сетей (Thirumal Azhagan, Gangadharan and Madhanrajan, 2021).

Рассматривая факторы развития услуг торговых сетей, важно отметить необходимость внедрения инноваций и реализации инновационных стратегий. В исследовании Попенковой Д.К. выделены негативные факторы, которые препятствуют внедрению инноваций в ритейле, в том числе недостаточность инвестиционных средств, инструментария разработанных технологий, отсутствие необходимого количества инвесторов, слабый уровень эффективности организации процессов внедрения инноваций (Попенкова, 2019). Яо Яо, Цзяньсюн Чжан, Сяоцин Фан показали связь гибкого ценообразования с качеством розничного торгового обслуживания. Стратегическое ценообразование осуществляется при реализации двух этапов. На первом этапе формируется полная информация о потребителях и их потребностях, рассчитываются предварительные (авансовые) цены. На втором этапе происходит трансформация за счёт изменения ценообразования после получения точной детальной информации от покупателей. Такой формат ценообразования может повысить клиентоориентированность, но снизить мотивацию поставщиков взаимодействовать с этой торговой сетью. (Yao, Zhang, Fan, 2021).

Нина Крей, Карин Пико-Купе, Жерар Клике, рассматривая торговую сеть на основе индивидуального потребительского опыта в разрезе целостной розничной экосистемы, выделили 4 основных критерия, которые влияют на развитие услуг торговых сетей, в том числе внутренняя и внешняя логистика покупателей в торговой сети, атмосфера или качество торгового обслуживания, положительный потребительский опыт и лояльность к бренду торгового центра, информационная открытость о товарах и услугах торговой сети для потребителей (Krey, Picot-Coupey and Cliquet, 2022).

При применении клиентоориентированного подхода при реализации мероприятий повышения эффективности деятельности розничных торговых сетей установлено, что необходимо учитывать пять факторов. Мохамед Слим, Бен Мимун, Кэролайн Ланселот Милтген, Бульбеба Слама отмечают, что омниканальность услуг розничных торговых сетей позволяет обеспечивать повышение производительности и увеличивать степень восприятия ожидаемых потребительских ценностей этих услуг. Результативность многоканальных услуг розничных торговых сетей зависит от выбранной стратегии и постановки задач этой организации. При этом важно учитывать, что поставленные задачи не всегда коррелируют с ожидаемой производительностью и могут снижать эффективность услуг сетей. Территориальная ориентация построения услуг торговых сетей положительно влияет на воспринимаемый покупательский опыт услуг. Воспринимаемая совокупная потребительская ценность услуг сетей является важным инструментом их продвижения и обеспечения эффективности деятельности торговых организаций (Mimoun, Miltgen and Slama, 2022).

Пушкин И.С. выделил ключевые факторы, которые определяют успех торговых организаций при реализации онлайн-формата и обеспечивают удовлетворение потребностей целевой группы онлайн-аудитории: эффективная бизнес-модель организации торгово-технологических процессов ритейла, разработка и функционирование цифровой платформы торговой площадки, которая обеспечивает вовлеченность всех участников цифровой цепочки потребительской ценности услуг розничных торговых сетей, применение блокчейн-технологий на цифровой платформе, обеспечивающих реализацию смарт-контрактов с конечными потребителями, разработка и функционирование интерактивных форм взаимодействия с покупателями через чат-боты, реклама в формате 3D-модели товаров, предоставление покупателям оптималь-

ных логистических услуг и форматов торговых услуг, обеспечение кибербезопасности услуг торговых сетей, применение искусственного интеллекта, обеспечивающего эффективную политику маркетинговых мероприятий и лояльность конечных потребителей, практическое применение геоданных покупателей, которые позволяют эффективно доставлять товар и обеспечивать качество торгового обслуживания. Выделенные факторы являются актуальными и для торговых сетей, которые предоставляют гибридный формат услуг (Пушкин, 2017).

При проведении факторного анализа развития услуг в онлайн-формате установлено, что положительное влияние оказывают такие факторы, как доля домашних хозяйств, имеющих доступ к интернету, доля хозяйств, которые используют смартфоны, мобильные телефоны для входа в интернет, временной интервал, а именно – период исследования. Отрицательное влияние оказывает такой фактор, как реальные денежные доходы населения (Мотина, 2018).

Факторный анализ развития услуг оптовой торговли показал, что на прибыль от продаж влияет прирост цен реализованной продукции, изменение индекса цен, увеличение выручки от продаж и отрицательное значение такой фактор, как изменение выручки от продаж в количественном выражении. Отмечена прямая корреляция стоимостных факторов на развитие услуг торговли (Бычкова, 2020).

В условиях глобализации важно учитывать внутренние и внешние факторы, основные тренды развития торговли. В настоящее время большое внимание уделяется реализации экологических товаров и услуг как инструменту устойчивого развития зелёной экономики. Отмечается особый экономический интерес европейских производителей эко-продукции, поэтому торговые сети расширяют ассортиментную линейку товаров данного формата. (Пискулова, 2018).

В основе ценностного развития услуг торговой сети клиентоориентированность

является одним из инструментов успешной конкуренции локальных предприятий и региональных торговых сетей с крупными торговыми сетями.

Клиентоориентированность и развитие услуг в торговых сетях напрямую зависят от степени вовлеченности в процессы сотрудников торгово-технологических процессов. Поэтому интерфейс бизнес-процессов необходимо создавать с учетом потребностей и получаемых ценностей потребителей, ценностей институциональных участников и потребительской ценности самой сети.

Клиентоориентированность содержательно проявляется в рамках формирования услуг торговых сетей через призму выстраивания эффективного взаимодействия между структурными подразделениями входящих торговых объектов в розничную торговую сеть, обеспечение качества торгового обслуживания в рамках установленных правил и стандартов обслуживания потребителей, разработку и внедрение программ лояльности, а также фирменного стиля и бренда торгового предприятия, сокращения длительности торговых операций для покупателей, минимизации коммерческих рисков. Клиентоориентированные компании являются экономически более устойчивыми.

Клиентоориентированность в отношении конечного потребителя формируется, начиная от удобства пользования сайтом или мобильным приложением торговых сетей до программ лояльности, удобства парковки, ассортиментной линейки реализуемых товаров и т.д.

Следует отметить, что различают подходы к формированию системы показателей оценки и факторов влияния на клиентоориентированность торговых компаний. Ряд авторов предлагают использовать такие показатели, как коэффициент удержания клиентов, чистая прибыль отдела маркетинга или рентабельность маркетинговых инвестиций. При этом многие авторы уделяют большое внимание потребительской ценности услуг сетей. На практике зарубежные розничные торговые сети впервые на российском потребительском рынке стали внедрять политику клиентоориентированности в отношении конечных потребителей и сотрудников. Данная политика является актуальной и в настоящее время формируется и реализуется в федеральных и региональных торговых сетях. Однако до сих пор отсутствует единый подход к системе ее оценки, определению факторов развития (Шарафутдинова, Валеева, 2009) (рис. 1).



Рис. 1. Основные факторы развития услуг розничных торговых сетей с позиции самой сети, с ориентацией на конечных потребителей и её сотрудников

Fig. 1. The main factors in the development of retail chain services from the perspective of the network itself, focusing on end users and its employees

Если рассматривать услугу розничной торговой сети как цепочку совокупной потребительской ценности, формируемой стейкхолдерами, с которыми взаимодействует розничная торговая сеть, то важным ориентиром для всех участников является ориентация на конечных потребителей, ценности розничной торговой сети, а также на потребительские ценности сельскохозяйственных компаний, производственных компаний, переработчиков, провайдеров услуг. Потому каждый участник данной цепочки является потребителем этих услуг и получает востребованные потребительские ценности, а также вкладывает определённую роль, ресурсы в создание совокупной потребительской ценности услуг торговой сети, формируя сетевой эффект сети. Данные аспекты учтем в рамках формирования модели развития услуг и

набора показателей для исследования факторов их развития. (Валеева, 2013, 2020).

В результате нами выделены такие факторы, как удовлетворенность сотрудников торговых сетей, предоставление качественного торгового обслуживания для конечных потребителей, формирование потребительской лояльности и положительного имиджа и бренда торговой сети, обеспечение доходности и маржинальности услуг для собственников торговой сети, предоставление потребительских ценностей стейкхолдерам, входящим в цепочку совокупной потребительской ценности услуг розничных торговых сетей.

Традиционными показателями в отношении торговых сетей являются относительные коэффициенты представленных индикаторов (рис. 2).

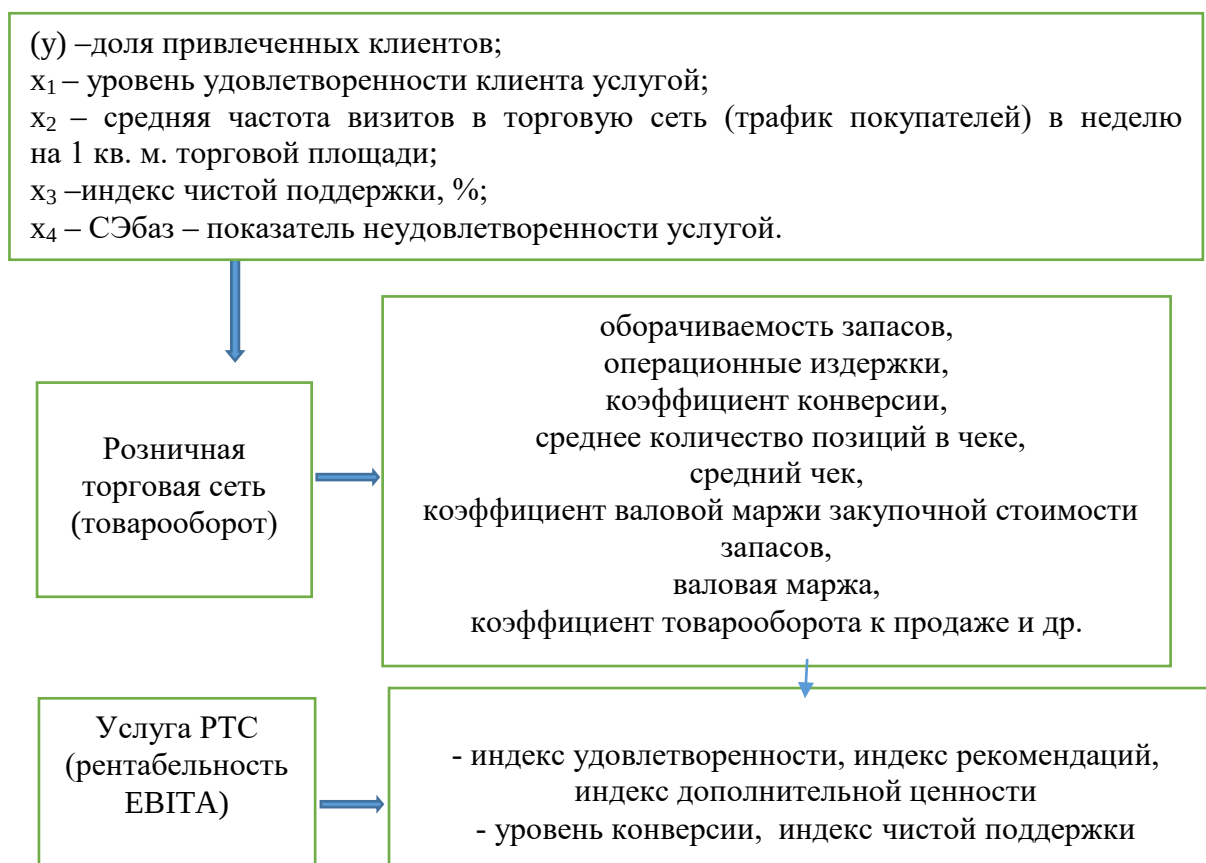


Рис. 2. Система факторов, влияющих на развитие услуг розничных торговых сетей и деятельность в сети
Fig. 2. The system of factors affecting the development of retail services and activities in the network

При проведении факторного анализа следует разграничить факторы, влияющие на совершенствование деятельности розничной торговой сети через такой показатель результатов её деятельности, как товарооборот. При этом независимым факторами выступают отдача товарооборота, маржинальность, среднее количество позиций в чеке и т.д. Основным фактором, характеризующим уровень развития услуг розничной торговой сети, является показатель рентабельности ЕВІТА. При этом наиболее значимыми факторами для перспективного развития услуг являются: индекс удовлетворенности конечных потребителей, значение индекса рекомендаций покупателями, индекс получаемых дополнительных ценностей при приобретении этих услуг. С другой стороны, развитие

услуг можно рассматривать с помощью такого показателя, как доля привлеченных клиентов. Чем выше уровень развития услуг, тем больше доля новых привлеченных покупателей. При этом независимыми факторами будут являться такие показатели, как удовлетворённость клиента услугой, средняя частота визитов, индекс чистой поддержки, значение показателей удовлетворённости услугами сети.

Проведём корреляционный анализ по показателю доли привлеченных клиентов с помощью метода парной регрессии. Наличие корреляции связи зависимого фактора от независимых факторов будем оценивать с помощью показателей коэффициента тесноты связи, результаты представим в таблице 1.

Таблица 1

Результаты расчета коэффициента тесноты связи между изучаемыми показателями при множественной корреляции

Table 1

The results of calculating the closeness of the relationship between the studied indicators in the case of multiple correlation

Переменные	y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
y	1				
X ₁	0,954395	1			
X ₂	-0,10877	0,143154	1		
X ₃	-0,3053	-0,23351	0,378354	1	
X ₄	0,399245	0,314604	-0,36896	-0,70291	1

В результате установлено с помощью шкалы Чеддока, что на долю привлеченных клиентов как переменной Y влияет в наибольшей степени фактор – уровень удовлетворенности потребителей. При

этом имеется корреляция с такими показателями, как уровень конверсии, индекс чистой поддержки, показатель неудовлетворённости услугами (X₂, X₃ и X₄) (рис. 3).

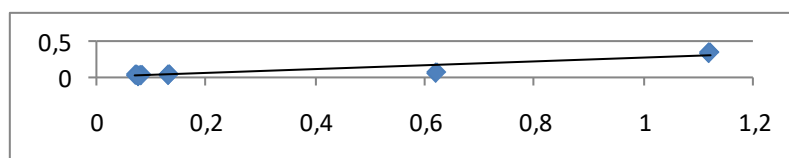


Рис. 3. Корреляционное поле Y и X₁

Fig. 3. Correlation field Y and X₁

По расположению точек на корреляционном поле можно сделать предположение, что зависимость между X и Y линейная: $Y=a+bX$. Чтобы подтвердить количественно или опровергнуть этот качественный вывод вычисляется выборочный коэффициент парной корреляции и проверяется его значимость по критерию Стьюдента. Для этого строится расчетная таблица по МНК (методу наименьших квадратов). С помощью этих данных вычисляем значения числовых характеристик и коэффициент парной корреляции:

$$\begin{aligned} cov(xy) &= 0,048, \\ var(x) &= 0,173, \\ var(y) &= 0,015, \\ r(xy) &= 0,954. \end{aligned}$$

Значение выборочного коэффициента корреляции составило 0,954. Построенное уравнение регрессии будет иметь вид:

$$\hat{y}_{расч} = 0,006 + 0,277 \cdot x \quad (1)$$

Рассчитываем расчетные значения с помощью построенного уравнения.

Для построенной модели значение коэффициента детерминации $R^2 = 0,911$;

Это свидетельствует о том, что 91,1% вариации значений результативной переменной Y объясняется изменчивостью переменной X , а 8,9 % вариации значений Y объясняется воздействием случайного фактора. Таким образом, подтвердилась гипотеза и установлена прямая связь доли привлеченных клиентов с удовлетворенностью клиентов услугой, средней частотой визитов в торговую сеть (трафик покупателей) в неделю на 1 кв. м. торговой площади и индексом чистой поддержки. Исходные данные региональной розничной торговой сети ООО «Бахетле-1» для расчета представлены в таблице 2.

Таблица 2

Исходные данные для расчета

Table 2

Input data for the calculation

Годы	ЭЭеbitda Скорректи- рованная рентабель- ность EBITDA	ЭЭкл.п Эф- фективность клиентоориен- тированности персонала	ЭЭст Темп роста сопостави- мого тра- фика	ЭЭкп Ко- эффициент покупки	ЭЭоо Отдача оборота или прибыли с 1 кв. м торговой площади
2011	0,4	0,8	0,1	0,78	0,3
2012	0,4	0,8	0,1	0,78	0,3
2013	0,45	0,45	0,08	0,8	0,25
2014	0,44	0,44	0,09	0,78	0,28
2015	0,43	0,43	0,09	0,81	0,32
2016	0,4	0,4	0,11	0,77	0,08
2017	0,55	0,55	0,18	0,68	0,075
2018	0,54	0,54	0,1	0,98	0,62
2019	0,53	0,53	0,12	0,91	0,13
2020	0,56	0,56	0,13	0,9	0,07

Следующая гипотеза. Скорректированная рентабельность EBITDA, по нашему мнению, зависит от таких показателей развития услуг, как обеспечение эффективности клиентоориентированности со-

трудников розничной торговой сети, коэффициента прибыли с одного квадратного метра торговой площади, индекса сопоставимого трафика. На практике повышение уровня рентабельности EBITDA

обеспечивается посредством эффективной внутренней организации деятельности торговой сети в отношении мотивации и клиентоориентированности персонала, правильной выкладки товаров, удобной внутренней и внешней логистики торговых залов и складских помещений торговой сети.

Данные розничной торговой сети ООО «Бахетле-1» для расчета корреляции представлены в таблице 3. Установлено, что между данными показателями существует тесная связь, поэтому рассмотрим влияние на рентабельность EBITDA каждого показателя в отдельности.

Таблица 3

Модель полиномиальная (в 3 степени)

Table 3

The model is polynomial (to the 3rd degree)

Годы	ЭЭеbitda Скорректированная рентабельность EBITDA	ЭЭкл.п Эффективность клиентоориентированности персонала
2011	0,4	0,8
2012	0,4	0,8
2013	0,45	0,45
2014	0,44	0,44
2015	0,43	0,43
2016	0,4	0,4
2017	0,55	0,55
2018	0,54	0,54
2019	0,53	0,53
2020	0,56	0,56

На основе полученных данных сформировано уравнение 2:

$$y = -343,04x^3 + 521,65x^2 - 262,17x + 44,024, \quad (2)$$

где $R^2 = 0,4087$. Корреляционное поле представлено на рисунке 4.

Далее проведем расчет модели полиномиальной (в 5 степени) в таблице 4.

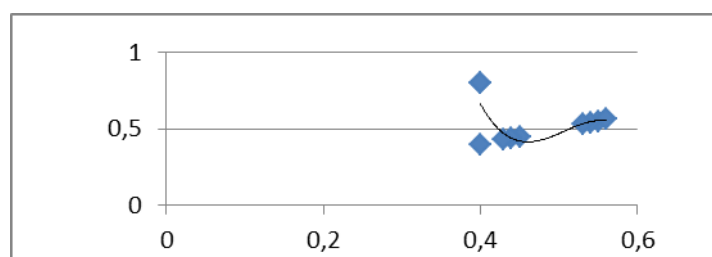


Рис. 4. Корреляционное поле переменных скорректированной рентабельности EBITDA и эффективности клиентоориентированности персонала

Fig. 3. Correlation field of adjusted EBITDA margin and customer focus efficiency variables

Таблица 4

Исходные данные для расчета модели полиномиальной (в 5 степени)

Table 4

Initial data for calculating the polynomial (to the 5th degree) model

Годы	ЭЭebitda Скорректированная рентабельность EBITDA	ЭЭст Темп роста сопоставимого трафика
2009	0,4	0,1
2010	0,4	0,1
2011	0,45	0,08
2012	0,44	0,09
2013	0,43	0,09
2014	0,4	0,11
2015	0,55	0,18
2016	0,54	0,1
2017	0,53	0,12
2018	0,56	0,13

В результате получено уравнение:

$$y = -77385x^5 + 183184x^4 - 172714x^3 + 81084x^2 - 18957x + 1766,2, \quad (3)$$

где $R^2 = 0,8807$ – корреляция есть между переменными.

Далее производим расчет модели полиномиальной (в 5 степени) по таким переменным как скорректированная рентабельность EBITDA и коэффициент покупки. Исходные данные представлены в таблице 1.

Получено уравнение:

$$y = 453159x^5 - 1E+06x^4 + 1E+06x^3 - 486458x^2 + 114643x - 10763, \quad (4)$$

где низкий уровень $R^2 = 0,5201$

Расчет модели полиномиальной (в 5

степени) по переменным скорректированная рентабельность EBITDA и показатель отдачи оборота или прибыли с одного квадратного метра торговой площади. Исходные данные в таблице 1. Получено уравнение:

$$y = -348857x^5 + 811322x^4 - 751046x^3 + 345931x^2 - 79285x + 7234,8, \quad (5)$$

где $R^2 = 0,29$.

Далее проверим модель парной регрессии по переменным индекса потребительской лояльности NPS и эффективности клиентоориентированного менеджмента к персоналу. Построим расчетную таблицу МНК (табл. 5).

Таблица 5

Расчетная таблица

Table 5

Calculation table

n	x	y	x^2	xy	y^2	y расч	e	e^2
1	0,44	0,09	0,194	0,040	0,008	0,084	0,006	0,000
2	0,43	0,09	0,185	0,039	0,008	0,077	0,013	0,000
3	0,46	0,08	0,212	0,037	0,006	0,098	-0,018	0,000
4	0,7	0,3	0,490	0,210	0,090	0,273	0,027	0,001
5	0,7	0,3	0,490	0,210	0,090	0,273	0,027	0,001
6	0,4	0,11	0,160	0,044	0,012	0,055	0,055	0,003
7	0,55	0,18	0,303	0,099	0,032	0,164	0,016	0,000
8	0,54	0,1	0,292	0,054	0,010	0,157	-0,057	0,003

п	х	у	х ²	ху	у ²	у расч	е	е ²
9	0,53	0,12	0,281	0,064	0,014	0,149	-0,029	0,001
10	0,56	0,13	0,314	0,073	0,017	0,171	-0,041	0,002
сумма	5	2	3	1	0	2	0	0,011
среднее	0,531	0,150	0,292	0,087	0,029	0,150	0,000	0,001

Вычисляются числовые характеристики:

$$\begin{aligned} \text{cov}(xy) &= 0,007, \\ \text{var}(x) &= 0,010, \\ \text{var}(y) &= 0,006, \\ r(xy) &= 0,908, \\ t r &= 6,145, \\ t \text{ крит} &= 2,306. \end{aligned}$$

Коэффициенты модели:

$$B = 0,727, A = -0,236.$$

Проверяем значимость найденных коэффициентов $S_2 = 0,001$, $S_a = 0,064$, $S_b = 0,118$, $T_a = 3,692$. Коэффициент значимости отличается от нуля и должен остаться в модели $T_b = 6,145$, $t \text{ крит} = 2,306$.

Проверяем адекватность построенной

модели $R^2 = 0,825$, $F = 37,760$, $F \text{ крит} = 5,3$.

Соответственно, модель адекватна. Для построенной модели значение коэффициента детерминации $R^2 = 0,825$; что свидетельствует о том, что 82,5% вариации значений результативной переменной Y объясняется изменчивостью переменной X , а 17,5 % вариации значений Y объясняется воздействием случайного фактора.

Проверим гипотезу о том, что рентабельность ЕВІТА зависит от индекса выгод потребителей, индекса затрат потребителей и индекса дополнительной ценности. Исходные данные для расчета представлены в таблице 6.

Таблица 6

Исходные данные для определения влияния индекса выгод потребителей, индекса затрат потребителей и индекса дополнительной ценности на рентабельность ЕВІТА

Table 6

Consumer cost index and added value index for EBITA profitability

Годы	Рентабельность ЕВІТА	Индекс выгод потребителя	Индекс затрат потребителя	Индекс дополнительной ценности потребителя
2011	0,4	1,001	0,91	0,091
2012	0,45	0,88	0,8	0,08
2013	0,44	0,902	0,82	0,082
2014	0,43	1	0,9	0,9
2015	0,4	1	0,91	0,09
2016	0,4	1,02	0,92	0,099
2017	0,55	1	0,93	0,1
2018	0,54	0,98	0,94	0,1
2019	0,53	1	1	0,1
2020	0,56	1,1	1	0,1

Модель полиномиальная (в 3 степени). По данным таблицы 1 проверяем по переменным рентабельность ЕВІТА и ин-

декс выгод потребителя. Получено уравнение:

$$y = -46861x^5 + 232711x^4 - 461313x^3 + 456297x^2 - 225201x + 44367, \quad (6)$$

где $R^2 = 0,5703$ – отсутствует связь.

Проверим модель полиномиальную (в 4 степени) по таким переменным, как рентабельность ЕВІТА и индекс затрат потребителя. Получено уравнение:

$$y = -3786,3x^4 + 13424x^3 - 17794x^2 + 10453x - 2295,7, \quad (7)$$

где $R^2 = 0,8974$ – корреляция есть.

Проверим модель полиномиальную (в 3 степени) по переменным рентабельность ЕВІТА и индекс дополнительной ценности потребителя. Исходные данные представлены в таблице 1.

Получено уравнение:

$$y = -1316x^3 + 1417x^2 - 219,55x + 9,6305, \quad (8)$$

где $R^2 = 0,8071$ – незначительная связь есть.

Данная гипотеза подтвердилась не полностью. Рентабельность ЕВІТА розничной торговой сети ООО «Бахетле-1» не зависит от индекса выгод потребителей, но есть связь с индексом дополнительной ценности торговых услуг и индексом затрат потребителей. Соответственно, важно создавать новые сервисы в рамках основных торговых услуг с возможным снижением затрат покупателей.

Выделенные факторы сопряжены с технологическими решениями, которые реализуются в розничных торговых сетях и корректируются в зависимости от уровня удовлетворённости сервисом и потребительских ценностей получаемых услуг конечными потребителями в корреляции с эффективным управлением товарными запасами, материально-техническим обеспечением, эффективным управлением оборотными средствами, развитием инфраструктуры и новых торговых объектов сети. Кроме того, полученные результаты свидетельствуют о получении сетевого эффекта розничной торговой сетью, который формируется за счёт оптимизации бизнес-процессов торговой сети, сокращения логистических затрат и минимизации операций посредством выстроенных коммуникаций и применения информационных технологий между участниками создания совокупной потребительской ценности

услуг розничных торговых сетей (сельхоз-товаропроизводителей, производственных компаний, государственных органов, провайдеров услуг, самой розничной торговой сети и конечных потребителей), обеспечения финансовой устойчивости через эффективное управление активами торговых сетей.

Заключение (Conclusions). Рассмотрение результатов исследований, полученных российскими и зарубежными авторами, позволило определить, что на развитие услуг торговых сетей влияют выстроенные эффективные коммуникации между стейкхолдерами, участвующими в создании услуг сетевой торговли, развитая городская инфраструктура и устойчивый потребительский рынок, функционирующая цифровая платформенная торговля и востребованные программы лояльности покупателей в отношении восприятия качества бренда, торгового обслуживания, имиджа предприятия. Большое внимание уделяется анализу внешних факторов, которые, по мнению автора, оказывают влияние на трансформацию услуг торговых сетей. Глобальные изменения торговой инфраструктуры в сторону онлайн-продаж предопределили необходимость учета факторов онлайн-торговли, появления новых участников при предоставлении онлайн-услуг, возникновения новых рисков и проблемных вопросов, которые важно учитывать при организации гибридного формата торговли. Корреляционный анализ позволил выделить факторы, которые в наибольшей степени влияют на развитие услуг. С экономической точки зрения уровень развития услуг сопряжен с показателем рентабельности EBITDA операционной торговой деятельности розничной торговой сети. Установлено, что на показатели рентабельности EBITDA оказывают большое влияние индекс затрат потребителей, незначительное влияние оказывают получаемые дополнительные потребительские ценности конечными потребителями и отсутствует корреляция с индексом получаемых выгод потребителями. С другой

стороны, рентабельность EBITDA формируются за счёт таких факторов, как эффективность клиентоориентированности персонала, коэффициент покупок, эффективное использование торговой площади и трафик посещения потребителей розничной торговой сети. Таким образом, при формировании стратегии развития услуг розничных торговых сетей важно учитывать современные тренды и аналитику факторов внутреннего и внешнего окружения торговой сети.

Отметим, что дальнейшее развитие темы состоит в разработке стратегии развития услуг розничных торговых сетей для повышения эффективности сферы услуг, совершенствовании методологии оценки эффективности розничных торговых сетей в условиях цифровизации экономики.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Бычкова Г. М. Особенности факторного анализа в оптовой торговле / Г. М. Бычкова // Сборник научных трудов Ангарского государственного технического университета. 2020. Т. 1. № 17. С. 262-270. DOI 10.36629/2686-7788-2020-1-262-270.

Валеева Ю. С. Моделирование процессов, формирующихся розничными торговыми сетями / Ю. С. Валеева // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. Т. 10. № 5 (73). С. 886-897. DOI 10.35679/2226-0226-2020-10-5-886-897.

Валеева Ю. С. Экономическое содержание интенсивного развития услуг розничных торговых сетей / Ю. С. Валеева, О. В. Мартынова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2013. № 5. С. 87-91.

Мотина В. Г. Факторный анализ динамики рынка интернет-торговли / В. Г. Мотина // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики : Труды XVII Международной научно-практической конференции, Симферополь – Гурзуф, 18–20 октября 2018 года / Под

редакцией Н.В. Апатовой. Симферополь – Гурзуф: ИП Зуева Т.В. 2018. С. 270-273.

Пискулова Н. А. Торговля экологическими товарами между ЕАЭС и ЕС: факторный анализ / Н. А. Пискулова, Е. В. Пак // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 5. С. 43-55.

Попенкова Д. К. Развитие ритейлеров на основе видения будущего / Д. К. Попенкова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 47. С. 182-194. DOI 10.17223/19988648/47/14.

Пушкин И. С. Ключевые факторы, влияющие на успех организации онлайн-ритейла в цифровой экономике / И. С. Пушкин // Инновации и инвестиции. 2017. № 11. С. 194-195.

Факторы и перспективы устойчивого развития С2С-сегмента интернет-торговли в России / И. А. Рамазанов, С. В. Панасенко, В. П. Чеглов, Е. А. Красильникова // Высшее образование для XXI века: Цифровая трансформация общества: новые возможности и новые вызовы : Доклады и материалы XVI Международной научной конференции: в 2 ч. (онлайн-формат), Москва, 18–19 ноября 2020 года. – Москва: Московский гуманитарный университет. 2020. С. 539-546.

Шарафутдинова Н. С. Оценка рисков в коммерческой деятельности предприятия / Н. С. Шарафутдинова, Ю. С. Валеева // Экономический вестник Республики Татарстан. 2009. № 1. С. 80-82.

Azhagan C. Thirumal, Madhanrajan S. Gangadharan, U. Computational analysis for service quality determinants in retail sectors using SERVQUAL model. Materials Today: Proceedings, 2021, ISSN 2214-7853, <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.01.236>.

Bolton Ruth N., Gustafsson Anders, Tarasi Crina O., Managing Lars Witell A Global Retail Brand in Different Markets: Meta-Analyses of Customer Responses to Service Encounters // Journal of Retailing, 2021, ISSN 0022-4359, <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.004>.

Hyungun Sung Estimating the spatial impact of neighboring physical environments on retail sales // Cities, Volume 123, 2022, 103579, ISSN 0264-2751, <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103579>.

Krey Nina, Coupey Karine Picot-, Gérard Cliquet Shopping mall retailing: A bibliometric analysis and systematic assessment of Chebat's

contributions // *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 64, 2022, 102702, ISSN 0969-6989,
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102702>.

Mimoun Mohamed Slim Ben, Miltgen Caroline Lancelot, Slama Boulbeba, Is the shopper always the king/queen? Study of omnichannel retail technology use and shopping orientations // *Journal of Retailing and Consumer Services* Volume 65, 2022, 102844, ISSN 0969-6989,
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102844>.

Xu Xun, Jackson Jonathan E., Investigating the influential factors of return channel loyalty in omni-channel retailing, *International Journal of Production Economics*, Volume 216, 2019, Pages 118-132, ISSN 0925-5273,
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.011>.

Yao Yao, Zhang Jianxiong, FanXiaoqing // Strategic pricing: An anti-encroachment policy of retailer with uncertainty in retail service, *European Journal of Operational Research*, 2021, ISSN 0377-2217,
<https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.12.005>.

References

Azhagan, C. T. and Madhanrajan, S. G. (2021), "Computational analysis for service quality determinants in retail sectors using SERVQUAL model", *Materials Today: Proceedings*, ISSN 2214-7853,
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.01.236>.

Bolton, R. N., Gustafsson, A., Tarasi, C. O., Managing L. and Witell, A. (2021), "Global Retail Brand in Different Markets: Meta-Analyses of Customer Responses to Service Encounters", *Journal of Retailing*, ISSN 0022-4359,
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.004>.

Bychkova, G. M. (2020), "Features of factor analysis in wholesale trade", *Collection of scientific works of Angarsk State Technical University*, Vol. 1, 17, pp. 262-270. DOI 10.36629/2686-7788-2020-1-262-270.

Hyungun Sung (2022), "Estimating the spatial impact of neighboring physical environments on retail sales", *Cities*, V. 123, p. 103579, ISSN 0264-2751,
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103579>.

Krey, N., Coupey K. and Gérard, C. (2022), "Shopping mall retailing: A bibliometric analysis and systematic assessment of Chebat's contributions", *Journal of Retailing and Consumer Services*, V. 64, p. 102702, ISSN 0969-6989,
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102702>.

Mimoun, M., Miltgen, C. L. and Slama, B. (2022) "Is the shopper always the king/queen? Study of omnichannel retail technology use and shopping orientations", *Journal of Retailing and Consumer Services* V. 65, p. 102844, ISSN 0969-6989,
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102844>.

Motina, V. G. (2018), "Factor analysis of the dynamics of the online commerce market", *Actual problems and prospects for the development of the economy: Proceedings of the XVII International Scientific and Practical Conference, Simferopol*, Gurzuf, October 18–20, 2018, Edited by N. IN. Apatova, Simferopol, pp. 270-273.

Piskulova, N. A. and Pak, E. V. (2018), "Trade in environmental goods between the EAEU and the EU: factor analysis", *Russian Foreign Economic Bulletin*, 5, pp. 43-55.

Popenkova, D. K. (2019), "Development of retailers based on the vision of the future", *Bulletin of Tomsk State University. Economy*, 47, pp. 182-194, DOI 10.17223/19988648/47/14.

Pushkin, I. S. (2017), "Key factors influencing the success of online retail organization in the digital economy", *Innovations and investments*, 11, pp. 194-195.

Ramazanov, A.S., Panasenkov, V., Cheglov, V. P. and Krasilnikova, E. A. (2020), "Factors and prospects for sustainable development of the C2C segment of Internet commerce in Russia", *Higher education for the XXI century: Digital transformation of society: new opportunities and new challenges: Reports and materials of the XVI International Scientific Conference: at 2 pm (online format)*, Moscow, November 18–19, 2020, Moscow: Moscow University for the Humanities, pp. 539-546.

Sharafutdinova, N. S. and Valeeva, Yu. S. (2009), "Risks in the commercial activity of the enterprise", *Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan*, 1, pp. 80-82.

Valeeva, Yu. S. (2020), "Modeling of processes formed by retail trade networks", *Scientific review: theory and practice*, T. 10, 5 (73), pp. 886-897. DOI 10.35679/2226-0226-2020-10-5-886-897

Valeeva, Yu. S. and O. V. Martynova (2013), "Economic content of the intensive development of services of retail trade networks", *Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy*, 5, pp. 87-91.

Xu, X. and Jackson, J. E. (2019), "Investigating the influential factors of return channel

loyalty in omni-channel retailing”, *International Journal of Production Economics*, V. 216, pp. 118-132, ISSN 0925-5273, <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.03.011>.

Yao, Y., Zhang, J. and Fan X. (2021), “Strategic pricing: An anti-encroachment policy of retailer with uncertainty in retail service”, *European Journal of Operational Research*, ISSN 0377-2217, <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.12.005>.

Данные об авторе

Валеева Юлия Сергеевна к.э.н., доцент
кафедры экономики и организации
производства

Information about the author

Yulia S. Valeeva PhD (Economics),
Associate Professor of the Department of
Economics and Organization of Production

Обзор
Review

УДК 338.2

DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-2-0-11

Кошелева Ю.П.

Проблема методологии расчета показателей инновационной деятельности

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
проспект Вернадского, д. 82 Москва 119 571, Россия
e-mail: yu.p.kosheleva@mail.ru

Статья поступила 29 апреля 2022 г.; принята 23 мая 2022 г.;
опубликована 30 июня 2022 г.

Аннотация. Методология расчета показателей инновационной деятельности по странам, регионам и по ее участникам основана на сложившейся практике. Сопоставление индикаторов инновационной деятельности, индексов инноваций и инновационной способности субъектов инновационной деятельности дает неполную или противоречивую информацию о реальном положении дел в стране, отрасли, предприятии, создающем и реализующем инновации. Цель работы – выявить несоответствия в методологии расчета показателей инновационной деятельности и сопоставить ее по разным уровням (страна, регион или организация). Основными методами являются сопоставление различных показателей и их сочетания (инновационный индекс, инновационный потенциал, доля нематериальных активов, затраты на НИОКР, виды интеллектуальной собственности и их оценка, количество патентов и другие показатели) по странам, регионам и субъектам инновационной деятельности и анализ этих показателей, степени их полноты и согласованности друг с другом на разных уровнях. Результаты исследования показали, что такие индикаторы, как затраты на НИОКР, соотношение материальных и нематериальных активов и методика их учета не отражают реальную ценность интеллектуальной собственности. Выявленные проблемы методик расчета показателей инновационной деятельности требуют иной методологии расчета, которая должна иметь уровневое строение и зависеть как от политики инновационного развития стран и регионов, сферы деятельности предприятий и их вида, так и от регламентов, стандартов и защиты прав интеллектуальной собственности отдельных авторов и правообладателей. Учет уровней методологии и результатов интеллектуальной деятельности при расчете показателей инновационной деятельности дает более полную картину вклада субъектов, реализующих такую деятельность, в экономику страны и регионов и обеспечивает экономический рост предприятиям любой отрасли.

Ключевые слова: методология; инновационная деятельность; расчет показателей; интеллектуальная собственность; управление инновациями

Для цитирования: Кошелева Ю.П. Проблема методологии расчета показателей инновационной деятельности // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. 8 (2). С. 124-136. DOI: 10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-11

UDC 338.2

Yuliya P. Kosheleva

Challenge of methodology for calculation of innovation activity indicators

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
84 Vernadsky Ave., Moscow 119 571, Russia
e-mail: yu.p.kosheleva@mail.ru

Abstract. The methodology for calculating the indicators of innovation activity by country, region and its participants is based on established practice. Comparison of innovation activity indicators, innovation indices and innovative capacity of the subjects of innovation activity provides incomplete or contradictory information about the real state of affairs in the country, industry, enterprise that creates and implements innovation. The purpose of the work is to identify inconsistencies in the methodology for calculating indicators of innovation activity and compare it at different levels (country, region or organization). The principal methods are the comparison of various indicators and their conjunctions (innovation index, innovation potential, share of intangible assets, R&D costs, types of intellectual property, their evaluation, number of patents and other indicators) by countries, regions and subjects of innovation activity and analysis of these indicators, degree of their completeness and consistency with each other at different levels. The results of the study have showed that such indicators as R&D costs, the ratio of tangible and intangible assets and the method of their accounting do not reflect the real value of intellectual property. The identified problems of methods for calculating indicators of innovation activity require a different calculation methodology, which should have a level structure and depend both on the innovation development policy of countries and regions, the scope of enterprises and their type, and on regulations, standards and protection of intellectual property rights of individual authors and right holders. Taking into account the levels of methodology and results of intellectual activity when calculating indicators of innovative activity gives a more complete picture of the contribution of entities implementing such activities to the economy of the country and regions and ensures economic growth for enterprises in any industry.

Keywords: methodology; innovation activity; calculation of indicators; intellectual property; innovation management

For citation: Kosheleva, Y. P. (2022), "Challenge of methodology for calculation of innovation activity indicators", *Research Result. Business and Service Technologies*, 8(2), pp. 124-136, DOI: [10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-11](https://doi.org/10.18413/2408-9346-2022-8-1-0-11)

Введение (Introduction). Необходимость единой методологии расчета инновационной деятельности обеспечивает сопоставимость показателей стран, регионов и организаций, создающих и реализующих инновации. При межстрановой кооперации единые показатели позволяют оценить инновационный потенциал стран, инновационную активность и способствуют трансферу технологий и взаимопомощи. В каче-

стве объектов анализа инновационной активности выбираются передовые страны и выявляются те из них, кто оптимально распоряжается своими ресурсами. Исследуются также отдельные показатели, которые могут быть связаны с инновационной деятельностью и ее обуславливать. Например, в исследовании В. И. Тиняковой с соавторами (Тинякова, Лавриненко, Чемерис, 2022) определена сильная связь между

показателями инновационной экономики и величиной расходов на одного студента, обучающегося в высшем учебном заведении. В то же время открытость стран друг другу может усиливать конкуренцию между ними, и нужно принимать меры по защите своих прав на результаты интеллектуальной деятельности. И наша страна здесь не исключение. Так, Д. Ю. Соколов (Соколов, 2014) разрабатывает технологию патентной защиты изобретений как необходимую меру при участии России в ВТО. Региональные показатели по одним и тем же критериям помогают не только выявить сильные стороны регионов, но и использовать их потенциал для решения стратегических и тактических задач страны. У более слабых регионов появляется возможность перенимать лучшие практики и ориентироваться на достижение тех показателей, которые у них ниже, но которых достигли другие регионы. Когда есть образец и практика достижения целевых показателей, более слабые регионы смогут быстрее достигнуть желаемого с учетом своего потенциала. Например, Сюй Чжэньпэн исследует инновационный потенциал трех регионов Центрального Федерального округа (Тульскую, Белгородскую и Ивановскую области), выявляет уровень их инновационной активности, степень сформированности инфраструктуры и определяет стратегические приоритеты инновационного развития регионов (Чжэньпэн, 2022). Результаты исследования обнаруживают взаимосвязь между временными характеристиками уровня инновационной активности организаций региона и затратами на инновационную деятельность, а также лучшие показатели инновационной активности организаций и высокие затраты на инновации в Ивановской области. Показатели инновационной деятельности предприятий по одинаковым критериям демонстрируют уровень развития той или иной отрасли, процент возврата инвестиций, вложенных в НИОКР, состав нематериальных активов в структуре капитала, а также помогают прогнозировать эффек-

тивность их использования и определять жизнеспособность организации. Например, Н. Амара с соавторами (Amara, Laundry and Traore, 2008) предлагают учитывать специфику наукоемких отраслей, нуждающихся в управлении защитой инноваций, и обсуждают условия, которые нужно уметь выделять и учитывать при сопоставлении результатов инновационной деятельности организаций сферы услуг. Несмотря на наличие общих сопоставимых показателей инновационной деятельности, не все они отражают ее суть и не все они согласованы друг с другом, что мешает воссоздать реальную картину осуществления инновационной деятельности как на страновом и региональном уровнях, так и на уровне отдельных субъектов инноваций. Мы полагаем, что в методологии расчета показателей инновационной деятельности не учтены факторы, которые влияют на итоговые результаты интеллектуальной деятельности на разных уровнях и поэтому ей трудно дать объективную оценку.

Проблема методологии расчета показателей инновационной деятельности начинается с определения понятий. Если инновация и инновационная деятельность определены в стандартах и методических расчетах некоторых индукторов, то определение смежных понятий, таких как ценность, интеллектуальный капитал, нематериальные активы, интеллектуальная собственность и права на нее, инновационный потенциал, результаты интеллектуальной деятельности (РИД) и др. зависит от оснований, которые заложены в их разграничение, решаемых при этом задач и не позволяет создать единую классификацию. Эти трудности отражаются и на выделении индикаторов инновационной деятельности, которые так или иначе используют смежные понятия и по-разному сортируют объекты интеллектуальной собственности, определяют интеллектуальный капитал, РИД и инновационный капитал. Другой сложностью является определение целей и ограничений учета РИД и прав на них, вклю-

чая НМА, на балансе организаций. И если ограничения отличаются в деталях, но в целом однотипны, то цели зависят от условий, в которых действует организация, от ее организационно-правовой формы, ее вида и связанных с этим полномочий, постановки задач подсчета зарегистрированных РИД и защиты прав на них (Козырев, 2014). Заметим, что выделение объектов интеллектуальной собственности, постановка их на учет и управление представляют собой самостоятельные задачи, не менее проблемные. Так, например, согласно Д. Ю. Соколову задачи патентования зависят от причин, по которым патентование производится:

- а) успешное участие в тендерах;
- б) отчет по бюджетному финансированию;
- в) успешная продажа комплектующих;
- г) реклама своей продукции;
- д) защита продукции фирмы от копирования;
- е) парирование возможных попыток запрета производить и/или продавать на определенных рынках свою продукцию (Козырев, 2014).

При этом только последние две причины можно отнести к типичным задачам патентования, хотя патенты, как объекты интеллектуальной собственности, будут учитываться на балансе предприятия как равнозначные и входить в расчеты индикаторов инновационной деятельности без учета задач патентования.

Еще одной стороной проблемы методологии расчета показателей инновационной деятельности является их связанность с другими расчетными единицами. Показатели экономической деятельности страны, региона, предприятия является системой и влияют друг на друга. Если оценивать степень инновационности территории, то она, в силу схожести решаемых задач и общих границ, образует инновационную экосистему, состоящую из элементов, и каждый элемент будет влиять на диверсификацию экономики региона (Корчагина, Корчагин,

2020). Показатели инновационной деятельности зависят от видов инноваций и бизнес-модели предприятия, которой оно придерживается. В свою очередь, бизнес-модели, основанные на инновациях, разделяются в зависимости от сектора и цели, которая приводит к различным основным видам деятельности организации. Так, если целью компании является диверсификация бизнеса, то она будет искать любые возможности, которые осуществимы в рамках действующего национального законодательства, и создавать новые бизнес-процессы. Если же ее цель – открыть новое направление, то ей целесообразнее опираться на международные нормативные документы, обращаться за помощью к консультантам, тестировать новые продукты и услуги, учиться использовать цифровые платформы и осваивать новый рынок. А если она хочет перезапустить существующий бизнес, то ей нужно внедрять новые технологии, обновлять бизнес-процессы, обучаться и обмениваться лучшими практиками для их распространения (Tykkyläinen and Ritala, 2021). Идет ли речь о расширении бизнеса или о новых направлениях бизнеса, необходимы ориентиры инновационной деятельности, которые помогают выбрать оптимальную бизнес-модель инноваций и оценить ее эффективность после внедрения.

Выбор показателей инновационной деятельности зависит также от стадий инновационного процесса и вида инноваций (Управление инновациями..., 2018). Возможности и риски организаций, содержание и структура инновационной деятельности сильно отличаются на разных этапах, а урегулирование отношений интеллектуальной собственности является важнейшим фактором инновационности фирмы. При этом он не учитывается ни в одном из показателей инновационной деятельности предприятия. Если создание и разработку инновации отнести к инновационному проекту, то у него появляются сроки, ресурсы и показатели, которые нужно достигать. Если же результат заранее не определен или не

оправдывает ожидания, то деятельность предприятия, осуществляющего инновационную деятельность, превращается в стартап, который действует в ситуации неопределенности и подвержен цикличности для сохранения жизнеспособности. А он имеет совсем другую этапность и методику расчета показателей эффективности деятельности. Общим критерием стартапа и инновационного проекта является создание и внедрение новаций, а также управление инновациями. В то же время, выбор подхода к оценке инновационной деятельности определяет обоснование отбора инновационных проектов и соответствующие методы. Для этого используются такие группы методов, как:

- методы измерения предпочтений (преимуществ);
- методы математического программирования;
- методы, использующие теорию принятия решений и теорию игр;
- модели имитационного моделирования;
- методы, основанные на нечеткой логике (там же).

В каждую группу методов входят свои методы, объединенные общей идеей. Они опираются на экономические модели и строятся на экономических теориях. Соответственно, различаются и подходы к оценке инновационной деятельности. Можно проиллюстрировать данный тезис примером разграничения методов оценки стоимости (ценности) компании по рыночной, инвестиционной, справедливой стоимости и рыночной капитализации компании. Выбор подхода, модели, метода и учет стадии инновационного проекта влияют на показатели инновационной деятельности и зависят от них.

И, наконец, основанием для расчета показателей инновационной деятельности, по нашему мнению, служит уровневое строение методологии расчета, которая учитывает масштаб, макро- и микроэкономические показатели, вертикальный и горизонтальный срезы, затрагивающие стра-

новые, региональные и локальные особенности деятельности субъектов инновационной деятельности с учетом внешних и внутренних факторов, влияющих на ее показатели. В нашей логике рассуждений экономические показатели являются следствием определенной стратегии, политики развития инновационной деятельности, технологии ее осуществления и методов оценки. Такой подход включает нематериальные стимулы и условия, к которым, в частности, относится создание культуры интеллектуальной собственности, предполагающей личную заинтересованность в ее использовании участниками инновационной деятельности, ценности участия в ней, грамотную кадровую политику, подходящую инфраструктуру и способности управлять инновациями (Кошелева, 2017). Кроме того, данный подход учитывает макро- и микроэкономические аспекты преимуществ инновационной деятельности, позволяющие извлекать из нее экономическую выгоду (что для российских предприятий становится не простой задачей, для решения которой как раз нужна общая методология расчета показателей инновационной деятельности и умение управлять интеллектуальной собственностью). К макроэкономическим аспектам относят грамотно выстроенную политику в области интеллектуальной собственности (ИС) и охрана прав на ИС. Существует также прямая зависимость между количеством выданных патентов и общим экономическим благосостоянием (Lu, Du and Qin, 2022; Zhang and Groen, 2021). Права на объекты ИС становятся центральным элементом современной экономики (табл. 1). Из таблицы видно, что в портфеле экономически успешных компаний процент нематериальных активов за последние 25 лет резко возрос к 2020 году. При этом в составе материальных активов остаются здания и сооружения, земля, наличные деньги и облигации, запасы, а в составе нематериальных активов имеются патенты, ценность бренда, клиентская база и программное обеспечение.

**Соотношение материальных (МА) и нематериальных активов (НМА)
в структуре портфеля S&P 500**

Таблица 1

Table 1

**The ratio of tangible (TA) and intangible assets (IA) in the structure of
S&P 500 portfolio**

Активы	1975	1985	1995	2005	2015	2020
НМА	17%	32%	68%	80%	84%	90%
МА	83%	68%	32%	20%	16%	10%

Источник: <https://www.visualcapitalist.com/the-soaring-value-of-intangible-assets-in-the-sp-500/>

Все НМА делятся на две большие категории: репутация и интеллектуальная собственность, что подтверждает ее возрастающую значимость в структуре активов. Эти данные содержатся в различных статьях со ссылкой на источник, однако методология расчета соотношения нематериальных и материальных активов вызывает ряд вопросов. Наше предварительное исследование показало, что состав портфеля S&P 500 неоднороден, динамика соотношения активов существенно разнится между расчетными периодами и датой оценки, а на сами показатели влияет сфера деятельности компании, наличие у нее непрофильных активов с НМА и без них и другие факторы. Все это подтверждает необходимость пересмотра методологии расчета экономических показателей предприятий и выделения среди этих показателей тех, которые в большей степени отражают инновационную деятельность организаций.

Микроэкономический аспект преимуществ инновационной деятельности выражается в реализации стратегии ИС на местах и операционном умении управлять ИС, что отражается в создании и разработке новых продуктов и услуг, реагировании на вызовы внешней среды, выявлении нематериальных активов, охране результатов интеллектуальной собственности и извлечение экономической выгоды. Мы полагаем, что при расчете показателей инновационной деятельности нужно проводить как макро-, так и микроэкономический анализ инновационной активности, а также учи-

тывать уровневую структуру методологии расчета.

Цель исследования (The aim of the work). Цель работы – выявить несоответствия в методологии расчета показателей инновационной деятельности и сопоставить их по ее разным уровням.

Материалы и методы исследования (Materials and methods). Материалами исследования послужили статистические базы данных Российской Федерации, Всемирного банка, Федерального института промышленной собственности, Всероссийской организации интеллектуальной собственности, статистические сборники Высшей школы экономики, аналитические обзоры и публикации, основанные на показателях деятельности субъектов хозяйственной деятельности (Индикаторы..., 2022; World Intellectual Property Report, 2022; Global Innovation Index, 2022).

Основными методами являются сопоставление различных показателей инновационной деятельности, таких как инновационный индекс, инновационный потенциал, доля нематериальных активов, затраты на НИОКР, виды интеллектуальной собственности, количество патентов и других индикаторов по странам, регионам и субъектам инновационной деятельности и анализ этих показателей, степени их полноты и согласованности друг с другом на разных уровнях.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and discussion). Деятельность любой организации, если она хо-

чет быть успешной на рынке, начинается с определения миссии, видения и стратегии. Миссия сразу определяет ее направленность вовне и ориентиры деятельности. Видение позволяет сделать их более отчетливыми, а стратегия конкретизировать направление движения в виде стратегических целей. Если фирма является инновационно-ориентированной организацией, то она должна соотнести стратегию своей бизнес модели со стратегией интеллектуальной собственности (ИС) и уметь управлять инновационной деятельностью для повышения конкурентоспособности и экономической успешности. Причем стратегия интеллектуальной собственности разделяется на внешнюю (обеспечение соблюдения прав ИС, повышение конкурентоспособности и решение социально значимых вопросов) и внутреннюю (аудит ИС, политика ИС, охрана и сохранение прав ИС). Конечно, в рамках одной статьи нельзя исследовать все элементы стратегии интеллектуальной собственности, но выбрать наиболее показательные и проиллюстрировать то, как они отражаются на показателях инновационной деятельности, можно.

Влияние национальной стратегии на развитие инновационной деятельности и принятие стимулирующих мер в отношении интеллектуальной собственности можно проследить на ряде стран. Так, если ориентироваться на центральный показатель зрелости экономики страны – значение ВВП, то в сопоставлении с ним можно выбрать показатель количества поданных заявок на изобретения (изобретения мы выбрали как наиболее сложный продукт интеллектуальной деятельности человека). Согласно данным Всемирного банка, лидирующее положение занимают США. Стратегия развития ИС в стране обновлялась в 2018 году. Результатом ее реализации стало повышение экономической эффективности использования информационных технологий за счет оптимизации налогообложения и повышения ценности бизнеса, а также обеспечение финансовой устойчивости. Год обновления стратегии ИС совпал с некото-

рым снижением количество поданных заявок на изобретения по сравнению с предыдущими годами, в течение которых это количество неизменно росло (с 490 226 в 2010 году до 606 956 в 2017 году). После реализации стратегии развития ИС количество поданных заявок стало расти. Второе место по значению ВВП в абсолютных величинах занимает Китай. Стратегия развития ИС была введена в 2014 году. Она вылилась в национальную систему поддержки инноваций, которая охватила такие процессы, как: оказание помощи научно-исследовательским институтам, университетам и предприятиям в оптимизации распределения научных коллективов и ресурсов; усиление фундаментальных исследований, развитие инноваций; активное создание и развитие национальных научных лабораторий, открытие международных научно-технологических центров в Пекине, Шанхае, Гуандуне, Гонконге и в регионе Макао; создание платформы высокого качества для обмена национальными исследовательскими работами и научно-технической информацией; интеграция промышленности, университетов и научно-исследовательских центров; поддержка инновационно-активных предприятий, введение налоговых льгот для организаций, вкладывающих инвестиции в фундаментальные исследования; создание инновационных консорциумов, реализующих крупные национальные научно-технические проекты; подготовка квалифицированных кадров, приобретение новых инженерных знаний и освоение профессий инженера; поддержка развития исследовательских университетов высшего уровня и их направленность на подготовку кадров для проведения фундаментальных исследований, а также усиление правовой защиты интеллектуальной собственности (Zhenpeng and Troshin, 2021). Согласно отчету Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) (Global Innovation Index 2020, 2022) реализация стратегии развития ИС привела к значительному увеличению поданных заявок на изобретения (табл. 2).

Таблица 2
Количество поданных заявок
на изобретения в Китае
Table 2
Number of invention applications filed
in China

ГОДЫ	КОЛ-ВО
2012	561 472
2013	734 115
2014	837 857
2015	1 010 557
2016	1 257 466
2017	1 306 077
2018	1 460 243
2019	1 328 067
2020	1 441 086

Источник: <https://www3.wipo.int/ipstats/IpsStatsResultvalue>

Данные, представленные в таблице, показывают, что до реализации стратегии рост заявок был постепенным, а после нее произошло значительное увеличение количества поданных заявок, причем этот рост не замедляется. На сегодняшний день Китай является лидером по количеству заявок на изобретения. На тактическом уровне в результате реализации стратегии было снижено налогообложение, произошла оптимизация процессов управления ИС и расширились международные связи в сфере интеллектуальной собственности.

В Российской Федерации была провозглашена стратегия инновационного развития страны, благодаря которой доля предприятий промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в общем количестве предприятий промышленного сектора должна была увеличиться в 4 раза – с 10 до 40%, а доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции должна была

вырасти к 2020 году в 5 раз – с 5 до 25%. Однако если сопоставить финансирование государственных программ за эти годы, то можно заметить, что экономическому развитию и инновационной экономике выделяется самая малая часть денежных средств, и на предпоследнем месте по финансированию находится развитие науки и техники (первые места с большим отрывом занимают цифровое развитие и модернизация экономики и развитие транспортной системы). Косвенным показателем неэффективной реализации стратегии инновационного развития является снижение поданных заявок на изобретения отечественными заявителями. Это иллюстрируют данные таблицы 3, в которой наряду с изобретениями отражены товарные знаки, которые стали очень популярным объектом интеллектуальной собственности.

Данные таблицы не только показывают спад поданных заявок на изобретения, но раскрывают другие две проблемы. Одна подтверждает низкую коммерциализацию интеллектуальной собственности на основании низких показателей лицензий, которые дают право распоряжения исключительным правом на изобретение. Другая отражает высокую активность в части регистрации товарных знаков, в которой почти половина правообладателей не являются резидентами РФ, а значит на территории страны защищаются товарные знаки других государств, что также снижает отдачу от собственной интеллектуальной собственности.

Помимо ВВП другим важным показателем экономического развития является индекс инноваций или инновационный индекс (Индикаторы инновационной деятельности, 2022). В нем присутствует еще одно основание деления стран по уровню дохода.

Таблица 3

Количество изобретений и товарных знаков, в отношении которых зарегистрированы распоряжения исключительным правом (РИП) по договору к общему количеству зарегистрированных заявок (ОКЗ) российскими заявителями в Российской Федерации

Table 3

The number of inventions and trademarks with exclusive right dispositions (ERD) under the contract registered to the total number of applications registered (RAT) by Russian Federation

Виды ИС	2017	2018	2019	2020	2021
изобретения (РИП)	4 303 (20%)	4 475 (22%)	4 333 (22%)	4 597 (28%)	2329 (16%)
изобретения (ОКЗ)	21 037	20 526	20 113	17 181	15012
товарные знаки (РИП)	47 281 (63%)	55 352 (73%)	56 738 (99%)	54 825 (58%)	64 524 (60%)
товарные знаки (ОКЗ)	73 510 / 31 062	76 062 / 39 880	57 509 / 40 501	93 926 / 42 043	107 030 / 70 860

Источник: <https://rospatent.gov.ru/ru/about/reports>

Такой же критерий при оценке эффективности инновационной деятельности предлагает и А. Бейт с соавторами (Bate, Wachira, Sándor, 2021). Соответственно индекс определяется по географическому положению и группам по уровню дохода. Первые места в рейтинге 2020 года занимают Швейцария, Швеция и соединенные Штаты Америки. В Швейцарии находится штаб-квартира ВОИС, деятельность которого в части развития интеллектуальной собственности имеет мировую известность, а значит согласуется со стратегией развития инновационной деятельности в мире. Швеция же известна своими социальными программами и высоким уровнем жизни, что освобождает ее граждан от необходимости искать дополнительные источники дохода и освобождает ресурсы. По географическому положению и группе стран с высоким доходом Швейцария и Швеция занимают соответственно 1-ое и 2-ое место. За счет чего у них согласно рейтингу Глобального инновационного индекса 2020 года обеспечивается инновационная деятельность? В качестве отдельных показателей мы выбрали затраты на НИОКР по отношению к ВВП (как процесс создания новшества) и стоимость немате-

риальных активов (как его результат). Так, Швейцария и Швеция тратят на НИОКР 3,3% процента от ВВП, а стоимость НМА у них различается: у Швейцарии она составляет 60,3 у.е., что соответствует 3 месту среди 132 стран, а у Швеции – 54,2 у.е. и определяется как 8 место. Для сравнения США, занимающие 3 позицию в общем рейтинге и первую в своей подгруппе (с высоким уровнем дохода), затрачивают на НИОКР 2,8% от ВВП и стоимость НМА оценивается в 48,1 у.е. (15 место). Российская Федерация находится на 47 позиции в общем рейтинге и 6-ой по своей подгруппе (с уровнем дохода выше среднего) в 2020 году. Она тратит на НИОКР 1% ВВП (причем на протяжении ряда лет этот показатель не меняется) и имеет 28.4 у.е. за счет НМА (64 место). Насколько объективны эти показатели? Помимо неоднозначности отнесения результатов интеллектуальной деятельности к НИОКР, различия в задачах и источниках данных, вызывает вопросы методика их подсчета. Этот показатель входит в укрупненную группу показателей человеческого капитала и исследований, к которой относятся расходы на общее и высшее образование. По-видимому, в подгруппу исследователей

и соответственно исполнителей НИОКР будут относиться студенты и аспиранты, которые, судя по опыту, не всегда доводят дело до конца и качество их исследований, вероятно, будет отличаться от качества исследований состоявшихся ученых. Вопросы вызывает и состав НМА, к которым относятся согласно рейтингу товарные знаки, ценность бренда, промышленные образцы, ИКТ и создание организационных моделей. Данных по изобретениям в нем нет. Всем ли странам, имеющим рейтинг Глобального инновационного индекса, подходит такая методика расчета? Отражает ли она их специфику?

Индекс инновационной способности и уровень инновационной активности организаций основаны на данных хозяйственной деятельности организаций, отраженных в ОКВЭДах. В мировых рейтингах Россия имеет чуть выше 9% в сравнении с 10-летним периодом (2010 и 2019 гг.). По сравнению с этим показателем у Германии уровень инновационной активности имеет 79 и 64% соответственно, у Канады 75 и 79%. Мы видим, что здесь лидерами являются другие страны, и эти данные не совпадают с предыдущими. Возможна ситуация, когда деятельность организации обозначена как инновационная, но предприятие такую деятельность не ведет; и наоборот, по сути, деятельность организации является инновационной, но в ОКВЭДе это не отражено.

В деятельности действующих предприятий на практике предпринимателям приходится решать задачи, которые обращены к текущей деятельности и к будущей. Им приходится решать насущные задачи, в том числе и в отношении интеллектуальной собственности. Появляется термин «открытые инновации», который фиксирует решение одной из таких задач, когда, чтобы признать наличие интеллектуальной собственности организациям приходится сделать ее публичной и/или признать права на нее. Согласно У. Лихтендалеру в инновационном процессе приходится решать «создавать или по-

купать», «объединяться или обособляться», «сохранять или продавать» (Lichtenhaler, 2011). Тот или иной выбор приводит к разным последствиям. Для решения подобных задач Дж. Вонглимпиярат предлагает использовать модель алмаза Портера, в которой в центре расположен местный контекст (конкуренция, инвестиции), в котором находится организация, а вокруг находятся четыре фактора окружения, которые влияют на результаты фирмы: внутренние условия фирмы, внешний контекст, связанный со стратегией самой организации и ее конкурентов, условия спроса и наличие связанных и поддерживающих отраслей (Wonglimpiyarat, 2010). На ее основе автор строит свою модель эффективности инновационной способности, которая состоит из трех элементов (человеческого капитала, инфраструктуры и климата, который обусловлен политикой ИС) и комбинирует свой индекс инновационной способности, включающий инновационные способности организации, процесса, услуги, продукта и маркетинга).

Какими бы ни были модели деятельности предприятий, необходимо учитывать специфику инновационно-ориентированных организаций. У них есть общие и отличительные признаки с другими фирмами, и они могут использовать для расчета показателей инновационной деятельности схожие с ними показатели, но с учетом своих особенностей. В частности, инновационно-ориентированные организации могут использовать базовые индексы для расчета эффективности деятельности: общий индекс рентабельности затрат организации, общий индекс ее прибыльности и общий индекс доходности активов с обязательным условием активной инновационно-внедренческой политики, аналогичные текущие индексы; общий индекс отдачи затрат от НИОКР, общий индекс рентабельности результатов НИОКР, общий индекс рентабельности нематериальных активов (НМА) и соответствующие текущие индексы; базовый индекс соотношения общей рентабельности НИОКР и общей рен-

табельности деятельности компании с активной инновационно-внедренческой политикой, а также базовый индекс соотношения текущей рентабельности НИОКР и текущей рентабельности деятельности компании с активной инновационно-внедренческой политикой (Управление инновациями..., 2018).

Чтобы показатели инновационной деятельности были приближены к реалиям, их нужно выстраивать снизу-вверх – от практики охраны ИС субъектов инноваций до ее коммерциализации, без которой ценность инновации теряется. Причем охрана инноваций осуществляется только с помощью признания прав интеллектуальной собственности, и чтобы эти права были правомочными и приносили прибыль организации, необходимо выявить нематериальные активы, имеющие перспективу коммерциализации. Для этого нужно учесть техническое превосходство, правовую надежность и экономический потенциал актива. Техническое превосходство напрямую связано с видом инновации и зависит от технического уровня в конкретной предметной области. Правовая надежность обеспечивает юридическую силу и правовую охрану инновации. А экономический потенциал определяет масштаб инновации, тип и охват рынка. Создание единой методологии расчета целевых показателей инновационной деятельности позволит учесть все необходимые компоненты НМА, знать его специфику и применять свои знания согласно своей стратегии, политики и ресурсам для достижения коммерческих целей.

Таким образом, выявленные проблемы методик расчета показателей инновационной деятельности требуют иной методологии расчета, которая имеет уровневое строение и зависит как от политики инновационного развития стран и регионов, так и от регламентов, стандартов и защиты прав интеллектуальной собственности отдельных авторов и правообладателей. Учет уровней методологии и результатов интеллектуальной деятельности при расчете по-

казателей инновационной деятельности дает более полную картину вклада субъектов, реализующих такую деятельность, в экономику страны и регионов и обеспечивают экономический рост предприятиям любой отрасли.

Заключение (Conclusions). Для устойчивого развития инновационной деятельности в организациях и предпринимательства в целом нужны право-подтверждающие документы, включая стандарты и регламенты, определяющие процедуру и подтверждающие признание интеллектуальных прав, их видовой и персональной принадлежности и ценности (стоимости) на разных этапах осуществления инноваций. Нерешенные задачи остаются, и от их решения зависит благополучие как организации, так и страны. Рост экономики невозможен без стимулирования инновационной деятельности субъектов инноваций и оценки вклада в инновационный процесс всех ее участников.

Современная экономика – экономика инновационная. Значит, с целью повышения ее эффективности, деятельность ее субъектов должна быть согласована на всех уровнях и подчиняться единым требованиям, регламентирующим инновационную деятельность.

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

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Индикаторы инновационной деятельности: 2022: статистический сборник / В. В. Власова, Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ. 2022. – 292 с. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/589979442.pdf> (дата обращения: 07.04.2022).

Козырев А.Н. Экономика интеллектуальной собственности: измерения, мифология, математические модели // Вестник Российской академии наук. 2015. Т.85. № 9. С. 776–784. DOI: 10.7868/S0869587315090066.

Корчагина И. В., Корчагин Р. Л. Влияние инновационной экосистемы на диверсификацию экономики региона // Журнал экономической теории. 2020. Т. 17. № 1. С. 79-90 URL: <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-1.6> (дата обращения: 07.04.2022).

Кошелева Ю. П. Создание культуры управления интеллектуальной собственностью // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2017. №1 (13). С. 21–29.

Соколов Д. Ю. Патентная защита изобретений после вступления России во Всемирную торговую организацию. М.: ИНИЦ «ПАТЕНТ». 2014. –109 с.

Тинякова В.И., Лавриненко Я.Б., Чемерис О.С. Исследование уровня инновационности стран мира во взаимосвязи с их расходами на высшее образование// Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т.8. № 1. С. 121- 133. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-1-0-12.

Управление инновациями и интеллектуальной собственностью фирмы / С. В. Валдайцев, О. В. Мотовилов, В. Н. Лукашев и др.; под ред. О. В. Мотовилова. – М.: Проспект. 2018. –352 с.

Чжэньпэн, С. Обзор ключевых инновационных показателей российских регионов: аналитический обзор инновационно-активных территорий Центрального федерального округа // Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т. 8. № 2. С. 34-44. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-1-0-4.

Amara, N., Laundry, R., Traore, N. (2008), Managing the protection of innovations in knowledge-intensive business services / Research Policy, 37 (9), pp.1530-1547, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.07.001> (Accessed: 04. 07.2022).

Bate, A. F., Wachira, E. W., Sándor, D., (2021). The Determinants of Innovation Performance; An Income Based Cross-Country Comparative Analysis Using Global Innovation Index (GII). Research square, pp. 1–41, [Online], available at: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-955254/v1> (date of access: 04.07.2022).

Cornell University, INSEAD, and WIPO (2020), The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? (2020) / S. Dutta, B. Lanvin & S. Wunsch-Vincent (Ed.) Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. [Online], available at:

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (Accessed 04.07.2022).

Lichtenthaler, U. (2011), Open innovation: past research, current debates, and future directions Acad. Manag. Perspect., 25 (1), pp. 75-93 DOI: 10.5465/AMP.2011.59198451 (Accessed 04.07.2022).

Lu, H., Du, D., Qin, X. Assessing the Dual Innovation Capability of National Innovation System: Empirical Evidence from 65 Countries. Systems 2022, 10, pp. 23. [Online], available at: <https://doi.org/10.3390/systems10020023> (Accessed 04.07.2022).

Tykkyläinen, S., Ritala, P. (2021), Business model innovation in social enterprises: An activity system perspective. Journal of Business Research, 125, pp. 684–697. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.045> (Accessed: 04.07.2022).

Wonglimpiyarat, J. (2010), Innovation index and the innovative capacity of nations, Futures, 42 (3), pp. 247-253, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2009.11.010> (Accessed 04.07.2022).

World Intellectual Property Report 2022. The direction of innovation. WIPO, 2022, 96 p.

Zhenpeng, Xu, Troshin, A. S. (2021), New innovative guidelines for the Chinese economy by 2035, Research Result. Economic Research, 7 (2), 4-12, DOI: 10.18413/2409-1634-2021-7-2-0-1.

Zhang, J., Groen, A. (2021), Informal and formal open activities: Innovation protection methods as antecedents and innovation outputs as consequences, Technological Forecasting and Social Change, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120696> (Accessed 04.07.2022).

References

Amara, N., Laundry, R., and Traore, N. (2008), “Managing the protection of innovations in knowledge-intensive business services”, Research Policy, 37 (9), pp. 1530–1547, [Online], available at: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.07.001> (Accessed 27 April 2022).

Bate, A. F., Wachira, E. W., and Sándor, D., (2021), The Determinants of Innovation Performance; An Income Based Cross-Country Comparative Analysis Using Global Innovation Index (GII). Research square, pp. 1–41, [Online], available at: <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-955254/v1> (Accessed 27 April 2022).